

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ИСТОРИКО-ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ЭТНОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА «ДЕНЕЖНОЙ» ФРАЗЕМИКИ И ПАРЕМИКИ

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
44.04.01 Педагогическое образование,
магистерская программа «Языковое образование»
заочной формы обучения, группы 02031554
Михайловой Ирины Геннадиевны

Научный руководитель
доктор филологических наук,
профессор Алефиренко Н.Ф.

Рецензент
кандидат филологических наук,
доцент кафедры русского языка
и деловых коммуникаций
Белгородского университета
кооперации, экономики и права
Глушкова В.Г.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Фразеология в этнокультурном аспекте.....	8
1.1. Теоретические аспекты классификации фразеологических единиц...	8
1.2. Фразеологизмы с «денежным» компонентом в русском языке.....	14
1.3. Этнокультурная семантика фразеологизмов с «денежным» компонентом.....	17
Глава 2. Паремология в этнокультурном аспекте.....	29
2.1. Проблема разграничения пословиц и поговорок.....	29
2.2. Название денежных единиц в древнерусском и русском языках XI–XVII веков вошедших в состав паремий.....	32
2.3. Художественные особенности пословиц и поговорок.....	37
2.4. Этнокультурная семантика паремий русского языка с «денежным» компонентом.....	50
Заключение.....	62
Список использованной литературы.....	65
Приложения	74

ВВЕДЕНИЕ

В современной лингвистике сохраняется особый интерес к изучению языка в тесной связи с миропониманием, мироощущением человека, с его практической и ментальной деятельностью (Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, А.В. Бондарко, В.Г. Гак, О.А. Корнилов, Н.А. Красавский, В.В. Красных, Е.В. Падучева, Б.А. Серебренников, В.Н. Телия и другие). На сегодняшнем этапе развития лингвистической науки признается, что без так называемого «человеческого фактора» познание языка в полном объеме невозможно. Данное положение, базирующееся на принципах антропоцентризма, объясняет интерес к антропоцентрическому исследованию фразеологических единиц, пословиц и поговорок.

Как знаки вторичной номинации паремии, содержат смысловую связь с семантикой входящих в их состав знаков первичной номинации. Она поддерживается двойной референцией слова, употребленного в переносном значении: в языковом сознании этноса слово (или поговорка в целом) соотносится с двумя предметами мысли – первичным, основанном на предметно-перцептивном познании действительности (в нашем случае с названиями денежных единиц) и вторичным – продуктом ассоциативно-символического мышления. Как и паремии, фразеологизмы связаны с идиоматичностью и лингвокреативными механизмами вторичной номинации (метафоризацией, переносным смыслом слов, окказиональностью их употребления и т.д.). Это обуславливает особое многообразие и вариативность фразеологических единиц по сравнению с основным словарным составом языка и их более чуткое реагирование на внешние факторы существования языка (социальные, культурно-исторические, национальные).

Лингвокультурологический анализ названных единиц позволяет на основе аккумулированной информации культурно-исторического характера выявить сложившиеся ценностно-значимые представления этноса прежде всего о человеке в совокупности определенных свойств, качеств, деятельности, его

отношения к миру, его понимания важнейших категорий картины мира – категорий времени и пространства.

Актуальность исследования определяется возрастающим интересом к изучению междисциплинарной проблемы взаимоотношения языка и культуры, что в последней трети XX века привело к возникновению новой научной парадигмы – лингвокультурологии (В.В. Воробьев, М.М. Маковский, В.А. Маслова, Ю.А. Сорокин, Ю.С. Степанов, В.Н. Телия и другие).

Кроме того, актуальность работы обусловлена необходимостью исследования языка как результата отражения мира, а также недостаточной изученностью таких единиц языка как паремии и фразеологизмы с компонентом «денежный» в русском языке. Принцип рассмотрения языка как результата отражения мира обыденным сознанием предполагает выход за рамки инструментального (субъектно-объектного) подхода к языку. Помимо этого следует учитывать несводимость значения целого к значениям его частей и отношений между ними. Необходимо также подчеркнуть, что значение антропоцентрично, то есть отражает общие свойства человеческой природы; более того, оно этноцентрично, поскольку ориентировано на определенный этнос (Н.Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, Е.В. Падучева).

Теоретической базой исследования послужили следующие положения современной лингвистики, разрабатываемые в трудах зарубежных (Ф. Вандер, В. фон Гумбольдт, К. Клоста, Э. Сепир, Б. Уорф, Т. Шиппан) и отечественных (Н.Ф. Алефиренко, А.П. Бабушкин, Н.Н. Болдырев, В.В. Виноградов, С.Г. Воркачев, В. Даль, Д.О. Добровольский, Н. Красавский, А.А. Потебня, В.Н. Телия и др.) лингвистов: знания о мире, полученные человеком в процессе жизнедеятельности, существуют в его сознании в виде картины мира. В этой картине мира присутствуют категории, которые представляются универсальными в плане их обязательной представленности, но специфическими по своему содержанию.

Практическим материалом исследования являются данные выборки фразеологизмов, пословиц, поговорок русского языка, фразеологических словарей: Н.Ф. Алефиренко, Л.Г. Золотых «Фразеологический словарь: Культурно-познавательное пространство русской идиоматики» (2008);

Л.А. Войнова, В.П. Жуков, А.И. Молотков, А.И. Федоров «Фразеологический словарь русского языка» (1994); А.И. Федоров «Фразеологический словарь русского литературного словаря» (1995); А.М. Мелерович, В.М. Мокиенко «Фразеологизмы в русской речи»; А.И. Молотков «Фразеологический словарь русского языка» (1968); Р.И. Яранцев «Русская фразеология. Словарь-справочник» (2006); Т.С. Аристова, М.Л. Ковшова и др. «Словарь образных выражений русского языка» (1995); В.И. Зимин, А.С. Спирин «Пословицы и поговорки русского народа: Большой объяснительный словарь» (1996); В.П. Жуков, М.И. Сидоренко, В.Т. Шкляров «Словарь фразеологических синонимов русского языка» (1987), М.И. Михельсон «Большой толково-фразеологический словарь» (2004); Н.В. Макарова «Большой паремиологический словарь» Тома 1-5; В.И. Даль «Пословицы русского народа» (1879) и др.

Научная новизна работы определяется тем, что на современном этапе малоизучены исследования этнокультурной специфики «денежной» фраземики и паремики. Фразеологизмы и паремии являются особой сферой изучения этнокультуры. Решение поставленной проблемы осуществляется на новом уровне рассмотрения вопроса языковой репрезентации этнической картины мира. На данном уровне объединяются когнитивно-интерпретативный и лингвокультурологический подходы.

Объектом исследования выступают «денежные» паремии и фразеологизмы в русском языке, в которых в наибольшей степени проявляются этнокультурная семантика.

Предметом исследования выступает изучение природы фразеологизмов и паремий и их категориальных признаков, а также выявление закономерностей их функционирования в речи.

Цель данной работы – выявить и описать фразеологизмы и паремии с компонентом «денежный» в русском языке, репрезентирующих релевантные и специфические характеристики этнокультурной семантики.

В соответствии с общей целью были выдвинуты следующие **задачи исследования**:

1. Определить место фразеологизмов и паремий в современной лингвистике и в свете этнокультурной картины мира.
2. Изучить теоретические аспекты классификации фразеологических единиц.
3. Изучить историю развития названий денежных единиц в древнерусском и русском языках XI-XVII веков.
4. Рассмотреть проблему разграничения пословиц и поговорок, а также их художественные особенности.
5. Обосновать в теоретическом плане и проанализировать понятия «языковая картина мира», «фразеологическая картина мира», «паремиологическая картина мира», «культура», «лингвокультура», «этнокультурная картина мира» как базовые элементы системы представлений человека о мире.
6. Выявить этнокультурные особенности фразеологизмов и паремий с компонентом «денежный» в русском языке и связать их с культурно-историческими факторами, национальным менталитетом и условиями жизни и быта народа.

Методологической базой исследования являются философские, культурологические и лингвистические концепции, отражающие общую взаимосвязь и взаимозависимость языковых и внеязыковых явлений; положение В. Гумбольдта о языке как носителе духа народа, а также теоретические позиции представителей неогумбольдтианских направлений в лингвистике (Э. Сепира, Б. Уорфа, Л. Вайсгербера); положения и идеи Г. Гачева и А. Вежбицкой о связи языка с национальным характером; изыскания когнитивистики, этнолингвистики и фразеологии (Ш. Балли, Н.Ф. Алефиренко, В.В. Виноградов, А.Н. Баранов, Н.Н. Семененко, Г.Д. Сидоркова, В.Н. Телия, В.М. Мокиенко, Л.А. Лебедева, С.А. Мегентесов, З.У. Блягоз, Л.Ю. Буянова, В.И. Карасик, Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров и др.).

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что его основные результаты позволяют внести вклад в развитие общей проблемы

соотношения языка и культуры, в том числе определить место фразеологизмов и паремий в современной лингвистике и в свете этнокультурной картины мира.

Практическая ценность исследования состоит в том, что его материалы могут быть использованы в курсе лекций по лексикологии, лингвокультурологии, в обучении теории и практике русского языка, а также при написании различного рода пособий и курсовых работ.

Материалом для данного исследования послужили паремии и фразеологизмы, которые приводятся из различных лексикографических трудов.

При написании работы были использованы следующие **методы исследования**: метод семантической интерпретации, наукометрический метод, метод дистрибутивного анализа, метод концептуального анализа, культурологический метод анализа.

Апробация работы. Основные положения диссертации нашли отражение в ряде докладов и сообщений на международных конференциях: материалы VII международной конференции «Новости научной мысли» (Саут-Йоркшир, Англия), VIII Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» (Белгород, 2016), а также в публикациях по теме исследования.

ГЛАВА 1. ФРАЗЕОЛОГИЯ В ЭТНОКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ

1.1. Теоретические аспекты классификации фразеологических единиц

В языке каждого народа есть устойчивые образные обороты, которые воспроизводятся в речи подобно слову, а не создаются в процессе общения или написания текста. Такие устойчивые сочетания называются фразеологизмами (фразеологическими единицами, оборотами или фраземами). В соответствии с «Лингвистическим энциклопедическим словарем» фразеологизмы в своей совокупности образуют фразеологический состав языка в его современном состоянии и историческом развитии. Предметом фразеологии как раздела языкознания является исследование природы фразеологизмов и их категориальных признаков, а также выявление закономерностей функционирования их в речи [Ярцева В.Н., 1990].

До 40-х годов 20 века в работах отечественных языковедов А.А. Потебни, И.И. Срезневского, Ф.Ф. Фортунатова, А.А. Шахматова и других можно было найти только отдельные мысли и наблюдения, касающиеся фразеологии.

Сложность и неоднозначность подхода к определению термина «фразеологизм» объясняется тем, что фразеология основывается на образной когнитивной составляющей мышления и зависит от дискурсивной ситуации [Алефиренко Н.Ф., 2008: 58].

Фразеологизм (фразеологический оборот, речевой оборот) – это присущее только данному языку устойчивое сочетание слов, смысл которого не определяется значением входящих в него слов, взятых по отдельности. Так как фразеологизм (идиому) невозможно перевести дословно (из-за потери смысла), часто возникают проблемы перевода и понимания. Но при этом такие фразеологизмы придают языку сильную эмоциональную окраску. Чаще всего

грамматическое значение идиом не отвечает нормам современного языка, а является грамматическими архаизмами. Примерами таких выражений в русском языке будут: *бешеные деньги, длинный рубль, неразменный рубль, деньги на бочку, попасть в просак, бить баклуши, валять дурака* и т. п.

Различные учёные по-разному толкуют понятие фразеологизма и его свойств, однако наиболее часто выделяемыми разными учёными свойствами фразеологизма являются: воспроизводимость, стабильность компонентного состава; устойчивость грамматической структуры; целостность; сверхсловность (раздельнооформленность); семантическая эквивалентность слову; непереводимость.

Понятие фразеологических единиц (фр. *unité phraséologique*) как устойчивого словосочетания, впервые было предложено выдающимся швейцарским лингвистом Шарлем Балли в работе «*Précis de stylistique*». В своем труде ученый противопоставил фразеологические единицы другому типу словосочетаний – фразеологическим группам (фр. *séries phraséologiques*) с вариативным сочетанием компонентов. Таким образом, Шарль Бали классифицировал словосочетания по четырем разрядам: свободные словосочетания, привычные словосочетания, фразеологические ряды и фразеологические единства.

Академик В. В. Виноградов в своем труде «Об основных типах фразеологических единиц в русском языке» выделил три основных вида фразеологизмов: фразеологические сращения (идиомы); фразеологические единства; фразеологические сочетания [Виноградов В. В., 1977: 140]. Эта систематизация фразем получила наибольшую популярность в отечественном языкознании.

Н. М. Шанский, развивая классификацию В.В. Виноградова и придерживаясь широкого понимания фразеологии, выделяет также дополнительный вид – фразеологические выражения [Шанский Н. М., 1985: 76].

В.В. Виноградов дает следующее определение фразеологическим сращениям (идиомам) (от греч. ἰδιος – «свойственный, собственный») – тип словосочетаний абсолютно неделимых, значение которых независимо от их лексического состава. Они немотивированы и непроеизводны. В их значении нет никакой связи, даже потенциальной, со значением их компонентов. Если их смысловые элементы однозвучны с какими-нибудь самостоятельными, отдельными словами языка, то их соотношение чисто омонимическое [Виноградов В. В., 1977: 153].

Часто грамматические формы и значения фразеологических сращений не определены нормами и реалиями современного языка, то есть такие сращения являются грамматическими и лексическими архаизмами. К примеру, идиомы *бить баклуши – бездельничать* (в первоначальном значении – «раскалывать полено на заготовки для изготовления деревянных предметов») и *спустя рукава* (небрежно) отражают реалии прошлого, отсутствующие в настоящем (в прошлом им была присуща метафоричность). В сращениях *ничтоже сумняшеся, от мала до велика* сохранены архаичные грамматические формы.

Как справедливо отмечает Н.Ф. Алефиренко, «...фразеологические сращения – это эквиваленты слов, подводимые под определенные грамматические категории как единые, абсолютно неразложимые единицы. Наличие хотя бы незначительной мотивированности значения переводит их в иной разряд – группу фразеологических единств...» [Алефиренко Н.Ф., 2009: 31].

Как и фразеологические сращения, этот разряд фразем включает семантически неделимые целостные сочетания слов. Однако их целостная семантика все же мотивирована отдельными значениями составляющих слов.

Фразеологические единства являются потенциальными эквивалентами слов. И в этом отношении они несколько сближаются с фразеологическими сращениями, отличаясь от них семантической сложностью своей структуры, потенциальной выводимостью своего общего значения из семантической связи

компонентов. Фразеологические единства по внешней, звуковой форме могут совпадать со свободными сочетаниями слов [Виноградов В. В., 1977: 148].

Так, Н.Ф. Алефиренко дает следующее определение, «фразеологическое единство – это систематически неразложимый, целостный оборот, образное значение которого мотивировано переносными значениями его лексических компонентов» [Алефиренко Н.Ф., 2009: 32]. Например, нам нужно сказать, что у нас очень мало денег, мы используем короткую, но выразительную фразу: *Денег у нас – кот наплакал*. Или наоборот, денег слишком много, в этом случае говорят: *У него денег – куры не клюют*.

Такие сочетания слов как, *не было гроша, да вдруг алтын* (о неожиданном приобретении чего-то нежданного), *гроша медного не стоит* (не имеет ценности), *нет ни полушки за душой* (очень бедный), *пропасть ни за грош* (бессмысленно пропасть), *плакали наши денежки* (пропали вложения, долг за кем-либо; напрасно потрачены деньги), *ни в медный грош не ставить* (совсем не считаться с чем-то или с кем-то), одинаково возможны и как фразеологические единства (тогда это будут образные выражения), и как обычные свободные сочетания слов (тогда эти слова будут употреблены в своих прямых, номинальных значениях).

Подобно фразеологическим сращениям, единства семантически неделимы, их синтаксический строй и грамматические формы строго определены. Замена слова в составе фразеологического единства или подстановка синонима, ведёт к разрушению метафоры.

Например, в выражении *денег у нас – кот наплакал* нельзя заменить компонент *кот* его формами *котик* или *коты*, в противном случае фразеологизм разрушается и теряет свой смысл. Нарушение порядка слов в составе фразеологизма может превратить его в свободное сочетание: *куры не клюют* (фразеологизм в значении «много») – не клюют куры (свободное словосочетание).

Наряду с этим фразеологические единства и фразеологические сращения обладают одним важным общим признаком – семантической неразложимостью.

По этому признаку фраземы этих двух разрядов объединяются в общую группу идиом, которые в своей совокупности составляют идиоматику русского языка. А вот фраземы третьего разряда (фразеологические сочетания) идиомами не являются и отличаются фразеологических сращений и единств.

Фразеологическое сочетание – это семантически разложимый оборот аналитического характера, в компонентном составе которого содержатся слова с фразеологически связанными (несвободными) значениями и слова с прямыми значениями. Для фразеологического сочетания характерны наличие параллельного (синонимического) оборота с тем же опорным словом и сознание отделимости, заменимости фразеологически несвободного слова [Алефиренко Н.Ф., 2009: 34].

Следовательно, в отличие от фразеологических сращений и единств, фразеологические сочетания семантически делимы – их состав допускает ограниченную синонимическую подстановку, при этом один из членов фразеологического сочетания оказывается постоянным, другие же – переменными: так в словосочетаниях *затронуть чувство чести, интересы, гордость* слово *затронуть* является постоянным членом с фразеологически связанным значением. Фразеологические сочетания почти не имеют омонимических им свободных словосочетаний.

Фразеологические выражения – устойчивые в своём употреблении и составе фразеологические обороты, которые состоят целиком из слов со свободным номинативным значением и являются семантически членимыми. Включение в состав фраземики фразеологических выражений служит рубежом, разделяющим «узкое» и «широкое» понимание фразеологии. Широкого понимания фразеологии придерживаются Н.М. Шанский, А.И. Ефимов, В.М. Мокиенко, И.Е. Аничков, которые выделяют четвертый тип классификации фразеологических единиц, к которому относят поговорки, пословицы, крылатые слова и афоризмы.

Н.Ф. Алефиренко в своей книге «Фразеология и паремиология» указывает «...Фразеологические выражения, как и фраземы, воспроизводимы,

извлекаемы из памяти как готовые единицы с постоянным составом и значением. Этим и отличаются фразеологические выражения от свободных сочетаний слов, которые говорящими создаются в процессе речевого общения по законам грамматики русского языка...» [Алефиренко Н.Ф., 2009: 36].

Часто фразеологическое выражение представляет собой законченное предложение с утверждением, назиданием или выводом. Образцами таких фразеологических выражений выступают афоризмы и пословицы. Если во фразеологическом выражении не присутствует назидание или наблюдаются элементы недосказанности, то это поговорка или крылатая фраза. Другим источником фразеологических выражений является профессиональная речь.

Многие лингвисты такие как Ш. Балли, В.В. Виноградов и другие не относят фразеологические выражения к фразеологическим единицам, так как они лишены основных признаков фразеологизмов [Семененко Н.Н., 2011: 86].

По мнению Н.Ф. Алефиренко «...целесообразнее устойчивые сочетания слов данной группы вывести за пределы фраземики, выделив среди них паремии, устойчивые номенклатурные наименования, терминологические сочетания, крылатые слова и афоризмы...» [Алефиренко Н.Ф., 2009: 37].

Исходя из вышеизложенного, можем констатировать факт вариативного подхода к вопросу классификации фразеологических единиц современного русского языка. С одной стороны, эта тенденция дает возможность свободного осмысления образных единиц, реализуя опцию выбора той или иной классификации сообразно представлениям о картине мира, что, несомненно, можно рассматривать как перспективу развития новых фразеологических теорий, с другой стороны, затрудняет унификацию восприятия явления фразеологии в целом.

1.2. Фразеологизмы с «денежным» компонентом в русском языке

На формирование и развитие «денежных» фразеологизмов повлияли и культурные реалии и историческая смена мировоззренческих систем. В разные исторические периоды устойчивые единицы не просто номинируют денотаты (как фразеологизмы) и ситуации (как пословицы), но и выражают эстетические представления народа о значении денег, особенности его национального характера, характеризуют образ мышления, культурные стереотипы, ценностные приоритеты и т.д.

Деньги в жизни народа всегда имели значимую роль, поэтому значительные моменты из жизни людей соотносились с наличием (отсутствием) денежных средств, также количество денежных средств характеризует такие понятия как «богатство», «бедность». Фразеологизмы с «денежным» компонентом можно сгруппировать следующим образом:

1. Фразеологизмы, обозначающие «экономию», «скупость»: *грош заведется в кармане* – появятся небольшие деньги; *каждая копейка на счету* – означает малое количество денег, вследствие чего приходится экономно их тратить; *считает копейки* – означает небольшое количество денег, жить очень скромно; *дрожать над каждой копейкой* – быть скупым, жалко тратить деньги.

2. Фразеологизмы, обозначающие «большие траты»: *влететь в копеечку* – потребовать больших затрат; *обойтись в копеечку (стать в копеечку)* – обойтись слишком дорого.

3. Фразеологизмы, обозначающие «отсутствие денег» или их «малое количество»: *без гроша в кармане* – совсем, совершенно без денег; *гроша ломаного* – никаких денег (нет, не дать и т.п.); *на грош* – ничтожно мало; *на медные гроши* – на весьма малые скудные средства; *на медные деньги* – на скудные, ничтожные средства, мало, недостаточно, плохо; *ни алтына* – нет совсем денег; *ни полушки за душой* – о полном отсутствии денег; *перебиваться с гроша на копейку* – бедствовать, не иметь денег; *ставить ребром последний*

грош – тратить все свои деньги: о расточительности небогатого человека; *ставить ребром последнюю копейку* – о расточительности небогатого человека ради пустого тщеславия или по легкомыслию; *ни копейки за душой* – отсутствие денег, накоплений.

4. Фразеологизмы, обозначающие «плохую оплату»: *за грош* – очень дешево, за бесценок; *за медные гроши* – за ничтожную плату.

5. Фразеологизмы со значением «точность», «быстро»: *как одна копейка* – совершенно точно, ни больше, ни меньше; абсолютно точное обозначение каких-либо цифровых данных; *как одну копейку* – 1) совершенно точно, ни больше, ни меньше; 2) все целиком, полностью, за один раз, одновременно (израсходовать, оплатить, выплатить, получить и т.д.); *копейка в копейку* – точь-в-точь, совершенно точно; *до последней копейки* – все целиком, полностью, без остатка; *деньги на бочку* – сразу же, не откладывая (платить за что-нибудь).

6. Фразеологизмы со значением «богатство»: *деньги куры не клюют* – очень много, в изобилии, в избытке денег, имущества; *неразмennyй рубль* – в народных сказках: рубль, всегда остающийся у владельца неизменным; *при деньгах* – с деньгами, имеющий деньги.

7. Фразеологизмы, обозначающие «напрасность происходящего»: *ни за грош* – ни за что, совершенно зря; *ни за копейку* – напрасно (пропадать, погибать, губить и т.д.), зря.

8. Фразеологизмы, обозначающие «отсутствие ценности» – *грош цена в базарный день* – о ком-, чем-либо, кто или что имеет малую ценность или не представляет никакой ценности, никуда не годится, ничего не стоит; *гроша медного не стоит* – никуда не годится, не имеет никакой ценности; *ни гроша не стоит* – никуда не годится, не имеет никакой ценности, никакого значения.

9. Фразеологизмы с «неодобрительным значением»: *бешеные деньги* – 1) крупные суммы денег, легко доставшиеся и расходуемые небережливо; 2) очень высокая цена за что-либо или за кого-либо; *ни в медный грош не ставить* – совсем не считаться с кем-либо или с чем-либо, относится с пренебрежением,

не придавать никакого значения кому-либо или чему-либо; *деньги не пахнут* – не имеет значения, каким образом получены деньги; *длинный рубль* – большой, часто легкий заработок, добываемый при работе с целью наживы; *за длинным рублем* – за большим, но легким заработком (гнаться, ехать, охотиться и т.д.); *шальные деньги* – крупные суммы денег, легко доставшиеся и расходуемые небрежно; *шалые деньги* – то же, что шальные деньги.

10. Фразеологизмы, обозначающие «ценность», «честный труд»: *кровные деньги* – достаток, деньги заработанные честным, тяжелым трудом; *на вес золота* – очень дорого (ценность, стоить и т.п.), об очень, чрезвычайно высокой оценке кого-либо или чего-либо.

11. Фразеологизмы со значением «ни при каких обстоятельствах, ни на самую малость»: *ни за какие деньги* – 1) о полной невозможности купить, достать что-либо, 2) ни в коем случае, ни за что; *ни на грош* – (ни на копейку, ни на полушку) нисколько, ничуть, ни на самую малость.

Так как фразеологизмы – это результат ассоциативного мышления человека, гениальное творение жизненного опыта народа, образные языковые единицы, готовые к употреблению, то они становятся выразительным средством изображения мыслей говорящего, а также самым эффективным средством поэтической экспрессии в передаче определенного образа. Такое изображение «денежных» фразеологизмов в сознании народа формируется в результате ассоциаций с необходимостью использования в повседневной жизни денежных средств. При этом обозначения плохого и хорошего в жизни людей находят отражение в фразеологизмах с «денежным» компонентом. Таким образом, семантика «денежных» языковых обозначений, дошедших до нас с незапамятных времен, определяет особое место денег в жизни народа. Эти сведения дошли до сегодняшнего времени благодаря работе многих филологов, собравших и собирающих в настоящее время фразеологизмы, которые содержат этнолингвистическое богатство русского этноса.

1.3. Этнокультурная семантика фразеологизмов с «денежным» компонентом

Как справедливо отмечают Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Семененко «...национальная языковая картина мира (ЯКМ) – актуальный объект исследования для современных лингвистов. Детальное исследование ЯКМ позволяет решить множество проблем, возникающих при межкультурном взаимодействии, в частности, описание наиболее значимых фрагментов ЯКМ дает возможность аргументировано судить о системе ценностей и образе мысли народа...» [Алефиренко Н.Ф., 2009: 309].

Проблемы взаимодействия языка и национальной культуры широко обсуждаются лингвистами в последние десятилетия, что существенно повлияло на практику языкового анализа, особенно в области смежных лингвистических дисциплин (лингвокультурологии, когнитивной лингвистики, этнолингвистики, психолингвистики и т.д.). Особенно интересны результаты смежных исследований для фразеологии и паремиологии, изучающих проблемы не только структуры, семантики и стилистики устойчивых единиц (фразеологизмов и паремий), но и их функционирование в системе национального языка.

Языковая картина мира – явление сложное и многослойное, на её формирование и развитие заметно влияют и сами культурные реалии и историческая смена мировоззренческих систем. В разные исторические периоды устойчивые единицы не просто номинируют денотаты (как фразеологизмы) и ситуации (как пословицы), но и выражают эстетические представления народа, особенности его национального характера, характеризуют образ мышления, культурные стереотипы, ценностные приоритеты и т.д.

Национальная ЯКМ – это специфическая внутриязыковая реальность, функционирующая и в индивидуальном, и в массовом сознании, выражая тем

самым мировоззрение не только как индивидуальный, но и как массовый феномен. Понятие языковой картины мира также тесно связано с понятием «культурной памяти», рассматриваемым Е.С. Яковлевой. «...слово может "помнить" то, что существенно с точки зрения новых языковых отношений, поскольку «механизмы "памяти" избирательны» и основаны на культурном посредничестве носителей языкового сознания...» Е.С. Яковлева подчеркивает, что именно эта «избирательность» и способствует сохранению каких-то существенных с точки зрения носителей языка представлений и понятий – элементов «картины мира» [Яковлева Е.С., 1998: 71].

Этнокультура – это совокупность традиционных ценностей, отношений и поведенческих особенностей, воплощенных в материальной, духовной, социальной жизнедеятельности этноса, сложившихся в прошлом, развивающихся в исторической социодинамике и постоянно обогащающих этнической спецификой культуру в различных формах самореализации людей. Поэтому этнокультурная специфика фразеологизмов – актуальный объект исследования для современных лингвистов. Анализ фразеологизмов с этнокультурной точки зрения дает возможность аргументировано судить о сложившейся системе ценностей и образе мысли русского народа.

Проблемы взаимодействия языка и национальной культуры широко обсуждаются лингвистами в последние десятилетия, что существенно повлияло на практику языкового анализа, особенно в области смежных лингвистических дисциплин (лингвокультурологии, когнитивной лингвистики, этнолингвистики, психолингвистики и т.д.). Особенно интересны результаты смежных исследований для фразеологии, изучающей проблемы не только структуры, семантики и стилистики устойчивых единиц (фразеологизмов и поговорок), но и их функционирование в системе национального языка [Алефиренко Н.Ф., Семененко Н.Н., 2009: 311].

В системе русского языка фразеологический образ является необычной категорией. К проблеме образа и образности во фразеологии обращались многие исследователи: А.М. Бабкин, В.М. Мокиенко, Ю.А. Гвоздарев,

В.П. Жуков, А.И. Федоров, И.Г. Добродомов, Т.З. Черданцева, Д.О. Добровольский, Ю.П. Солодуб, Н.Ф. Алефиренко, Н.Н. Семененко. И это не случайно: многие лингвисты существенным признаком фразем считают именно образность, хотя, разумеется, во фразеологическом составе русского языка можно найти единицы, утратившие образность. Однако это не значит, что на этапе своего возникновения они были такими же.

По мнению Н.Ф. Алефиренко, Н.Н. Семененко, «...нужно исходить из того, что образность обуславливается двуплановостью фразем, их целостными обобщенно-переносными значениями. Интерес к образности фразем поддерживается и тем, что она связана с такими бесспорными свойствами фразем, как экспрессивность, эмоциональность, оценочность, коннотативность...» [Алефиренко Н.Ф., Семененко Н.Н., 2009: 45]. Однако в русистике ещё не получила удовлетворительного объяснения взаимосвязь этих категорий, не выявлена роль фразеологического образа в формировании языковой картины мира; по-разному интерпретируется не только специфика фразеологической номинации, но и своеобразие фразеологической коннотации.

Использование образных языковых средств помогает создать яркую, зрительно-осязаемую, наглядно-чувственную языковую картину мира. В моделировании языковой картины мира существенное значение имеет фразеологический образ. Непосредственно отражаясь в значении фразем, он способствует выражению и пониманию наиболее ярких фрагментов языковой картины мира, связанных с образным восприятием предметов и явлений окружающей действительности.

Именно фраземы, являясь чаще всего яркими, образно-эмоциональными, экспрессивно-оценочными средствами русского языка, способствуют созданию эстетически значимой, содержательной, эмоционально-оценочной, выразительной картины мира, своеобразие которой заключается в восприятии чувственно осязаемых, наглядных образов. Источник фразеологической образности в двуплановости фразем, их способности совмещать прямые и переносные значения устойчивого сочетания слов.

Фразеологизм *денег куры не клюют* имеет значение «большое количество». На первый взгляд, если рассматривать фраземы в синхронном аспекте, актуальное значение фразеологизма кажется необъяснимым, немотивированным. Однако если проанализировать внутреннюю форму этой фраземы и представить её фразеологический образ в диахроническом аспекте, то можно вывести определенную закономерность формирования фразеологического значения данной фраземы. А.М. Мелерович, В.М. Мокиенко по поводу данного фразеологизма пишут «...фразеологическая шутка по фольклорной формуле невозможного: куры действительно не клюют, т.е. не едят денег. Такая гипербола однако, отталкивается от реальных бытовых наблюдений над курами, которые отличаются большой прожорливостью и постоянно клюют хотя бы по зернышку...» [Мелерович А.М., Мокиенко В.М., 1999: 67].

Проникнуть в тайны фразеологической образности невозможно, не обратившись к понятию внутренней формы фразем. Следует отметить, что большинство фразем русского языка обладает прозрачной внутренней формой, следствием актуализации которой являются всё те же экспрессивность, выразительность, образность. Однако если внутренняя форма фраземы затемнена (*денег куры не клюют*, *длинный рубль* и т.д.), то для её поиска прибегают к историко-этимологическому анализу, предполагающему исследование диахронической истории фраземы. Соединение диахронического экскурса с современным восприятием фраземы позволяет по-новому осветить функционально-коммуникативный потенциал фразем с утраченной образностью.

Сейчас моделируемость фразем рассматривается в плане описания и является объективной реальностью, а использование метода структурно-семантического моделирования во фразеологии помогает вскрыть закономерности процессов фразеологизации. Для постижения природы фразеологической номинации необходимо рассматривать её от номинативно исходной точки – от заданного, подлежащего выражению смысла – к формам

его воплощения, т.е. от денотата фраземы к денотату прототипа – основы внутренней формы соответствующей фраземы [Алефиренко Н.Ф., Семененко Н.Н., 2009: 48].

Вот что получается, если попытаться найти внутреннюю форму фраземы *неразменный рубль*. В народных сказках: рубль, всегда остающийся у владельца неизменным. Оказывается, есть поверье, будто волшебными средствами можно получить неразменный рубль, который, сколько не раз его не выдавай, он все-таки опять является целым в кармане.

Своеобразие значения фразем обуславливается идиоматичностью как одним из основных ее свойств. Традиционно идиоматичность понимается как невыводимость значения ФЕ из значений составляющих её лексических компонентов. Принцип идиоматичности, полагал Б.А. Ларин, должен стать главным критерием отграничений фразеологических образований от нефразеологических. Близкую позицию занимал А.И. Смирницкий, который именно идиоматичностью объяснял семантическую целостность фраземы. В исследованиях последних лет делаются попытки интерпретировать фразеологическое значение как качественно новую, особую семантическую категорию [Алефиренко Н.Ф., 2009: 50].

В семантической структуре ФЕ выделяют, как правило, те же три семемы, что и в лексическом значении: денотативную, сигнификативную и коннотативную. Вопрос о роли той или иной семемы в становлении фразеологического значения остается дискуссионным. Однако при всем многообразии суждений наиболее убедительной представляется попытка увязать данный вопрос с функциями фразем. Так, В.Н. Телия, считающая ведущей функцией фразем экспрессивную, называет главным компонентом фразеологического значения ее коннотативную семему, включая в нее экспрессивные, оценочные, эмоциональные и стилистические семы. Например: *без гроша в кармане* (разг., экспрес.) «совсем, совершенно без денег». «...Как бы удивились соседки, что эта Надя, которая любит *без гроша в кармане* заглядывать в примерочные магазинов готового платья и по утрам лениво

часами наносит на лицо косметику, – эта безалаберная Надя распланировала жизнь на десять лет вперед...» (Л. Волчкова, И всяческих вам благополучий).
 Оценочная сема – «неодобренность», стилистическая – «разговорность»,
 эмотивная сема выражает эмоции отрицательного отношения говорящих к предмету или явлению.

Необходимо разграничивать этимологический образ, т.е. то представление, которое возникает в результате соотнесения фраземы с её свободносинтаксическим генотипом, и «живой образ» – то представление, которое возникает в результате современного восприятия и понимания фразеологического оборота, если даже его буквальное значение не позволяет воспроизвести этимологический образ. Ср.: *ни гроша не стоит* «никуда не годится, не имеет никакой ценности, никакого значения» и *неразменный рубль* «рубль, остающийся у владельца неизменным» или *длинный рубль* «большой, часто легкий заработок, добываемый при работе с целью наживы». При восприятии первой фраземы легко воспроизводится этимологический образ: не имеющий ценности. Этот образ прозрачно мотивирует современное значение фраземы.

Этимологический образ второй и третьей фразем уже не воспроизводится свободно в нашем языковом сознании. Его сущность может быть раскрыта только в результате специального историко-этимологического анализа. Но даже если носитель современного русского языка и не знает этимологии этой ФЕ, возникает иное представление на основе комбинаторного осмысления переносных значений слов-компонентов. Именно вторичный фразеологический образ служит неистощимым источником ассоциативно-экспрессивной энергии фраземы даже со стертой внутренней формой (*барашек в бумажке, соломенная вдова, темна вода во облацех, ни в зуб ногой, на седьмом небе* и др.).

В отличие от этимологического, вторичный («живой») образ может создаваться разными, хотя и близкими по смыслу, компонентами фраземы, если они вызывают одинаковые ассоциации благодаря общности хотя бы одного из свойств или явлений. Образ, давший жизнь фраземе, может также служить

источником порождения ассоциаций, на основе которых формируются коннотативные семемы. Центром образа становится внутренняя форма фраземы – логико-семантический элемент, обуславливающийся тем признаком предмета, который лежит в основе фразеологической номинации. Внутренняя форма фраземы выполняет мотивирующую функцию и служит своего рода опосредующим звеном между значением фраземы и обозначаемой предметной ситуацией. Она определяет национально-языковую специфику фразем, что обнаруживается в процессе сопоставления соотносимых фразем в разных языках.

Парадигматику фразем образуют различные явления: полисемия, синонимия, антонимия и вариантность. Это один из важных аспектов устройства фразеологической подсистемы любого языка. Н.Ф. Алефиренко пишет «...если использовать высказывание М.М. Покровского относительно лексики в работе «Семасиологические исследования в области древних языков», то можно сказать, что фраземы и их значения живут не отдельной друг от друга жизнью, но «соединяются (в нашей душе), независимо от нашего сознания, в различные группы, причем основанием для группировки служат сходство или прямая противоположность по основному значению»...» [Алефиренко Н.Ф., 2009: 56].

Осмысление парадигматических отношений в кругу фразеологических единиц позволяет составить более объективное и точное представление об устойчивости их структуры, формальной и содержательной.

В свое время Ф.И. Буслаев сформулировал очень распространенное ныне положение о том, что источником языковой номинации служит, как правило, тот признак, который прежде всех бросается в глаза и глубже, чем другие, волнует наши «чувства и воображение». Сущностные свойства этого признака как эпидигматического звена, как деривационной памяти языковых значений были обобщены в понятии «внутренняя форма» (В. фон Гумбольдт, Г. Штейнталь, В. Вундт), получившем оригинальное, собственно лингвистическое толкование в трудах А.А. Потебни. Учёный при этом

опирался на понятие апперцепции – обусловленность каждого конкретного восприятия предыдущим опытом человека. Эти мысли представляются особенно ценными для понимания семантики фразем, поскольку фразеологическое значение опосредованно формируется путём использования коллективного опыта народа, отражённого в соответствующих лексических и грамматических прототипах фразем. Таким опосредствованием между фразеологическим значением и значением фразеомообразующей базы как раз и выступает внутренняя форма (далее ВФ) фраземы.

Из этого следует, что ВФ фразеологического значения составляют те смысловые элементы лексической и грамматической семантики фразеомообразующей базы, которые послужили его генетическим источником: *на вес золота* – очень дорого ценить, стоить и т.п.; *денег куры не клюют* – очень много, в изобилии, в избытке денег, имущества; *ни в медный грош не ставит* кого, что – совсем не считаться с кем-либо или чем-либо, относиться с пренебрежением, не придавать никакого значения кому-либо или чему-либо. В первом случае ВФ служит образное представление о золоте, его цене, во втором – о прожорливости куриц, которые постоянно что-то едят, в третьем – о низкой цене медного гроша.

Кроме денотативных сем лексических компонентов, в создании ВФ принимают также участие и грамматические семы первично-денотативного характера, которые, выражая определенные отношения между предметами, воспроизводят в нашем воображении целые денотативные ситуации, в контурном виде предопределяющие характер и основные конфигурации формирования фразеологического значения, и, соответственно, его осмысление участниками коммуникативного акта.

Такое понимание ВФ фразем требует, разумеется, всестороннего обоснования, поскольку существующие в современной науке взгляды на этот счёт не отличаются ни убедительностью, ни единообразием. Так, В.П. Жуков, А.М. Бабкин и Г.Л. Помигуев рассматривают ВФ фразем как словесный образ, на основе которого они возникают; В.В. Виноградов, Л.И. Ройзензон и

А.М. Мелерович под ВФ понимают семантическую мотивированность фразем, а В.Н. Телия – «мотивирующее основание коннотации»; В.М. Мокиенко, А.В. Кунин и М.М. Сидоренко называют ВФ фразем их этимологическое содержание; А.И. Фёдоров ВФ фразем отождествляет с «конкретным», а Р.Н. Попов – с «образным» представлениями; Н.Н. Кириллова же видит во ВФ фразем «префразеологический», «логико-семантический аспект» обозначаемой ситуации.

Как видим, большинство исследователей выводит ВФ фразем за пределы фразеологического значения в область психологических категорий. Сам по себе такой подход к интерпретации анализируемого понятия не вызывает возражений, однако представляется односторонним. ВФ фразем – результат сложных речемыслительных процессов, предполагающих языковую объективацию тех или иных психических форм отражения номинируемой действительности. Сущность ВФ фразем обуславливается вторичностью их семиозиса, предполагающей активное участие в её возникновении всех фраземообразующих компонентов (лексических и грамматических) в их ономазиологическом и семасиологическом взаимодействии.

Исходя из этих теоретических предпосылок, ВФ фразем рассматривается нами как синхронный компонент их семантической структуры, служащий идиоэтнической основой фразеологической номинации, т.е. отражающий тот денотативный признак, по которому и был наименован соответствующий фрагмент реальной действительности. Согласно современной лингвистической терминологии, репрезентированные в языковой семантике признаки наименованного предмета (явления, ситуации) называются семами, а их структурно-иерархическая совокупность – семемой. Поэтому имеются все основания признать семный статус и ВФ фразем [Алефиренко Н.Ф., 2008: 86].

Однако признание за ВФ фразем иного статуса ставит перед исследователями новые вопросы и, прежде всего, о том, к какому ярусу фразеологического значения она относится – денотативному, сигнификативному или коннотативному. Г.П. Помигуев, например, утверждает,

что ВФ имеет денотативную природу, поскольку в безобразно-мотивированных единицах коннотативные значения деактуализированы, а В.Н. Телия относит ВФ к коннотативной сфере. Коннотация включает в себя, по её мнению, несколько элементов, среди которых внутренняя форма является «криптосмыслом», играющим роль темы, а экспрессивная окраска, создаваемая оценкой, эмоциональным отношением или стилистической отмеченностью, – роль темы.

На наш же взгляд, ВФ фразем, находя свою объективацию в интенционале фразеологического значения, имеет сигнификативную природу, т.е. представляет собой эпидигматическую связь между денотацией и коннотацией фраземы, существующую в виде обобщенно-абстрагированного признака того понятия или представления о денотате, который формирует определенные фразеологические коннотации. Такой обобщенно-абстрагированный признак содержит в себе деривационную память об источниках фразеомобразования номинативного, структурно-семантического и когнитивного характера. Благодаря этому свойству ВФ фразем представляет не отдельный предмет, а целые денотативные ситуации. Как показывают наблюдения, ВФ фразем по сравнению со ВФ слов значительно информативнее вследствие двух причин:

- во-первых, проецирует во фразеологической семантике не только свойства и признаки ряда элементов денотативной ситуации, но и отношения между ними,

- во-вторых, преломляет и конкретизирует сфокусированные во ВФ субъективные смыслы, получающие своеобразную интерпретацию в процессе взаимодействия фразеомобразующих компонентов.

Итак, внутренняя форма фраземы – это общий для этимологического и актуального значения ассоциативно-образный элемент, формирующийся в её семантической структуре путем взаимодействия фразеомобразующих компонентов. Как эпидигматические элементы фразеологической семантики ВФ косвенно соотносят фраземы с вторичными денотативными ситуациями, во

многим предопределяют характер их вариантности и системно-семантической организации.

Полисемия, или многозначность, в фраземах распространена менее чем в лексике. Большая часть фразем в русском языке однозначны. Например: *ни алтына* – нет совсем денег. Однако не все фраземы однозначны. Из курса русского языка средней школы известно: как слова, фраземы так же могут иметь несколько значений. Такие фраземы являются многозначными. Например, фразема *как одну копейку (копеечку)* имеет два значения: 1) все целиком, полностью (истратить, израсходовать). О какой-либо сумме денег; 2) совершенно точно; ни больше, ни меньше. Фразема *бешеные деньги* имеет два значения: 1) крупные суммы денег, легко доставшиеся и расходуемые небрежно; 2) очень высокая цена за что-либо или кого-либо. Однако соотнося явление фразеологической полисемии с полисемией слов, всё же более корректно утверждать, что полисемичные фраземы имеют несколько фразео-семантических вариантов (ФСВ), поскольку разные значения любой единицы языка разрушают её единство, образуя различные языковые знаки.

Через язык отражаются среда проживания в древности, различные взаимоотношения в обществе (в том числе и экономические), мировоззрение, обновляются культурные ценности народа, созданные его руками. Возникновение этих древних культурных ценностей имеет свои пути и закономерности. Они вытекают из образа жизни русского народа. Немаловажную роль в традиционном экономическом укладе жизни народа играют денежные средства. Поэтому познанию традиционных этнокультурных особенностей русского народа, обобщению этнокультурной семантики языковых единиц способствует изучение фразеологизмов с «денежным» компонентом.

Внутренняя форма ФЕ может выступать при этом как историческая, этимологическая память языка, явление, которое оттеняет его сегодняшнее понимание. Она создает своеобразную стереоскопичность словесного представления о мире. Это позволяет сделать вывод о том, что культурный

компонент языковой ментальности, существуя на базе универсального логического мышления, по-разному структурируется в разных языках, по-разному определяет образные представления людей и формирует менталитет социума.

ГЛАВА 2. ПАРЕМИОЛОГИЯ В ЭТНОКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ

2.1. Проблема разграничения пословиц и поговорок

Паремиологические сборники, как правило, включают в себя и пословицы, и поговорки, так как именно эти разновидности паремий наиболее популярны, используются в разговорной практике, художественных и публицистических текстах. При этом пословицы и поговорки тесно связаны друг с другом: пословицы часто переходят в поговорки, и те, и другие используют общий лексический фонд и являются наиболее востребованными в речи народными афоризмами. Тем не менее пословицы и поговорки имеют ряд существенных различий в содержании, структуре и семантике.

В первую очередь, как отмечает В.П. Жуков, пословица обладает и прямым, и переносным планом, в отличие от поговорки, которая имеет только буквальный план значения. На это же семантическое свойство пословицы указывает и классик отечественной семантики А.А. Потебня, отмечая, что поэтический образ, заключенный в пословице, может являться как «представителем тысячи отдельных мыслей», так и представлять «только себя самого».

Но, говоря об образной природе пословиц, нельзя отрицать тот факт, что существует немалое количество пословиц, которые, несмотря на наличие в их структуре художественного образа, выражают только прямой смысл и могут употребляться лишь в прямом значении. Например: *только ума на деньги не купишь*, – у кого денег нет; *деньгами души не выкупишь*; *деньги счетом крепки, считаная сотня полна*.

Собиратели и исследователи русских паремий всегда пытались провести грань между пословицей и поговоркой. Так, В.И. Даль отмечал, что «пословица – обиняк, с приложением к делу, понятый и принятый всеми», в то время как

«поговорка – окольное выражение, переносная речь, простое иносказание, обиняк, способ выражения, но без притчи, без суждения, заключения, применения» [Даль В.И., 1984].

И.М. Снегирев отмечал, что «поговорки, не заключая в себе полного смысла, выражают только намёк, применение, уподобление, сравнение, общеупотребительный оборот речи», что сближает их с фразеологизмами. Данное высказывание применимо, прежде всего, к поговоркам, характеризующим внешность и характер человека: Не нам чета (не относится к нашему кругу в плане происхождения, воспитания, благосостояния и т.д.); Не лыком шит (не так прост, как кажется); Все при нем (обладает всеми достоинствами); Ни в пир, ни в мир, ни в добрые люди (не может достойно проявить себя ни в одной ситуации); Как корова на льду (неловкий); Ходит, будто три дня не ел (медлителен).

В.П. Жуков указывал даже на возможность упразднения термина «поговорка» как аналога фразеологизма. Близость поговорок и фразеологизмов основана на фразеологической связанности значения тех и других, что позволяет находить к фразеологизмам и поговоркам слова-синонимы. Например, поговорки *хвост задрал, нос воротит, через губу не плюнет, заломил шапку (зазнается), ползать на брюхе, смотреть в рот, глядеть в зубы (унижаться), плюнуть в лицо, втоптать в грязь, влупить пощечину (оскорбить, унижить), развесил уши, хлопает ушами, проморгал глазами, ворон считает (простофиля), он и муху не убьет, он и курицу не обидит, он воды не замутит (смирный).*

По мнению многих ученых, «поговорки – это поэтическая форма слова: метафора, сравнение, эпитет, определение», элемент суждения, в то время как «пословица – это законченное суждение, завершенная мысль».

Наконец, интересно и то, что пословица сама «говорит» о специфике своей формы и содержания, указывая:

1) на глубину смысла умозаключения: *Пень – не околица, глупая речь – не пословица; Рожь в поле не околица, а пьяного речь не пословица; Спесь не дворянство, глупая речь не пословица;*

2) на стихийность возникновения и на творческую основу пословицы: *На рынке пословицы не купишь;*

3) на критическое отношение к человеческим слабостям и недостаткам: *Пословица груба, да правда любя;*

4) на прозорливость и меткость: *Пословица не мимо молвится, Пословица не даром молвится;*

5) на особый речевой статус пословицы: *Не всякое слово пословица, Голая речь – не пословица, Без углов дом не строится, без пословицы речь не молвится, Хороша пословица в лад, да в масть;*

6) на объективность суждения, выраженного в пословице: *На пословицу ни суда, ни расправы; На пословицу, что на дурака и суда нет; Пословицы не обойти, не объехать;*

7) наконец, на отличие пословицы от поговорки: *Поговорка – цветочек, пословица – ягодка.*

Основная трудность в разграничении пословиц и поговорок, связана с тем, что виды народных изречений близки друг другу, сам народ никогда четко их не разграничивал. Тем не менее, следует выделить некоторые точки зрения на самостоятельность статуса паремии вообще и пословицы, в частности, существующие в современной лингвистике.

1. Пословицы и поговорки относятся к периферии (отдаленной области) фразеологического пространства и принципиально друг от друга не отличаются (В.Т. Бондаренко).

2. Пословицы и поговорки существенно отличаются от фразеологизмов и различаются между собой прежде всего способом выражения суждения (В.И. Даль, И.М. Снегирев, М.А. Рыбникова) и в плане наличия буквального и переносного смысла (А.А. Потебня, В.П. Жуков).

3. Поговорки, в отличие от пословиц, относятся к фразеологии, так как обладают устойчивостью, смысловым единством, синтаксической неделимостью, воспроизводимостью и функциональной близостью к слову (А.Н. Тихонов, З.К. Тарланов).

4. Наряду с пословицами и поговорками выделяется обширный класс пословично-поговорочных выражений (А.В. Жуков, К.А. Жуков).

Таким образом, пословицы – это устойчиво воспроизводимые в речи афоризмы фольклорного происхождения имеющие как образную, так и «безобразную» структуру значения, характеризующиеся эквивалентностью суждению, относительной независимостью от внешнего контекста и наличием подтекста.

Поговорками считаются устойчивые выражения не эквивалентные суждению. Поговорки не обладают семантической независимостью от внешнего контекста, и их функционирование во многом обусловлено способностью украшать и разнообразить речь.

2.2. Название денежных единиц в древнерусском и русском языках XI-XVII веков вошедших в состав паремий

На протяжении многих веков деньги занимают важное место в повседневной жизни человека, денежные единицы, названия которых изменялись, также играют важную роль в языке. Возникновение названий денежных единиц во многих странах связано с историей развития денег как средства платежа. Общеизвестно, что язык является составной частью культуры, поэтому несомненный интерес и актуальность представляет то, как воспринимаются деньги в русской лингвокультуре. Ответ на этот вопрос можно найти в паремиях – пословицах и поговорках. Как справедливо отмечает Ю.С. Денисенкова «...пословицы, являясь одним из элементов

языковой картины мира, отражают ментальность, основные ценности народа, а также его представление об окружающем мире...» [Денисенкова Ю.С., 2015: 36]. Лингвокультурный концепт «деньги» находит отражение в большом количестве пословиц и поговорок, зафиксированных в таких паремиологических словарях русского языка как В.И. Даль «Пословицы русского народа» (В.И. Даль), «Пословицы и поговорки русского народа» (В.И. Зимин), «Словарь русских пословиц и поговорок» (В.П. Жуков).

Известно, что с древних времен для покупки и продажи товаров славяне использовали различные предметы. В древнерусском языке существовали денежные единицы, названия которых произошли от названия вещей, которые использовались как посредник для обмена товаров, например «куна» от названия меха куницы, «векша» от названия белки обыкновенной, «ногата» – шкурка пушного зверька с ногами, «резана» – обрезная шкурка, «мортка» – головка, отрезанная от шкурки пушного зверька, «полушка» – ушко зверька, или часть ушка.

В большой советской энциклопедии – «куна» – денежная единица Древней Руси, находившаяся в обращении до конца XIV – начала XV вв. Термин «Куна» произошёл от названия меха куницы, имевшего хождение как меновая ценность в X-XI вв. В этот период содержание серебра в Куне соответствовало 1/25 гривны (весовой единицы), в XII – начале XIV вв. 1/50 гривны – куны (денежной счётной единицы) [90].

Название этой денежной единицы нашло отражение в пословице *беда куны родит* [33]. Каждый век кладет свою печать на пословицы, в коих с течением времени заменяются древние слова новыми, напр.: *беда куны родит* и *беда деньги родит*.

Векша (денежная единица) – самая мелкая денежная единица Древней Руси IX-XIII веков – равнялась 1/6 куны, серебряная векша весила около 1/3 грамма. Впервые эта денежная единица упоминается в «Повести временных лет». Также одной из наиболее распространенных форм денег в Древней Руси являлись раковины каури. В XII-XIV веках на Руси, в так называемый

безмонетный период, каури также служили деньгами, они назывались ужовки, жерновки, змеиные головки [Новикова М.Л., Нгамсаенгпруек У., 2012: 82].

Слово «деньги» является одним из ранних тюркских заимствований. «Деньга» также «тенка» (монета) происходит от татарского «täñkä» (деньги, серебряная монета). «Деньгу» начали чеканить на Руси в XIV-XV веках сначала в Москве, потом и в других княжествах. По мнению Ю.С. Денисенкова «...необходимо отметить, что слово «деньга», употребляясь в единственном числе, обозначало старинную русскую серебряную монету достоинством в полкопейки, которая была в обороте в период с XIV - XVIII вв. Впоследствии «деньга» приобрела общий терминологический смысл, вытесняя древнее слово «куна» (денежная единица, равная 1/22 гривны)...» [Денисенкова Ю.С., 2013: 229].

Среди вещей, которые использовали в качестве денег, предпочтение отдавали драгоценным металлам, главным образом золоту и серебру, благодаря тому, что это очень прочные металлы и их можно было разделить на маленькие слитки. В древнерусском языке слово серебро использовалось для обозначения денежной единицы, в современном русском языке это слово означает «драгоценный металл». Серебром также называют мелкую разменную монету, в состав которой входит серебро и никель. С появлением драгоценных металлов народ проводит параллели: *первый день гости – золото, второй – серебро, третий – медь, золотые руки на серебро не купишь, слово – серебро, молчание золото* и др.

В конце X в. по приказу Владимира Мономаха в оборот входят «златники» и «сребреники», этимология данных слов ясна, так как их значение прослеживается из названия: первые чеканились из золота, вторые – из серебра. Так как серебряники нашли широкое применение в обиходе, слово «серебро» стали воспринимать именно в денежном значении. Наряду с монетами в качестве средства платежа использовались серебряные слитки – гривны [Денисенкова Ю.С., 2013: 230].

Русские женщины носили бусы из драгоценного металла – гривну (грива – шея). Украшения всегда были очень дорогим товаром. За гривну давали кусок серебра определенного веса. Этот вес называли гривной. Впоследствии гривной стали называть денежную и весовую единицу Древней Руси, в XII в. *гривна* – серебряный слиток, а затем серебряный брусок весом около 200 граммов (гривенник). Таким образом, гривна первоначально мера массы (веса), затем денежно-весовая (гривна серебра в монетах или слитках) и денежно-счетная (гривна в монетах) единица. Количество серебра в гривне, как и соотношение гривны серебра и гривны кун, менялось.

Национальной денежной единицей России является *рубли*, а разменной денежной единицей – *копейка*. Происхождение слова рубль трактуется двумя путями: от глагола рубить, гривну рубили пополам и каждую часть гривны называли рубль; второе толкование предполагает, что вес гривны и рубля был одинаков, но слово рубль обусловлено особенностями технологии. Корень – руб означает «край», «кайма», «шов», поэтому слово рубль обозначало «слиток со швом». В Историко-этимологическом словаре П.Я. Черных «рубли» – «кляп, отрубок». Данная денежная единица была введена в оборот в XIII в., и первоначально употреблялась в виде продолговатого серебряного слитка. С 1543 г. рубль становится счетной единицей единой денежной системы Российского государства. Слово «рубли» имеет широкий синонимический ряд: деревянный, карбованец, ефимок, крестовик, рваный, рублевик, рублевка, рублик, рублишко, рупь, рэ, хруст, целкач, целковик, целковый, однако на современном этапе данные синонимы практически не применяют (В.Н. Тришин «Большой словарь – справочник синонимов русского языка»). Выражение же *длинный рубль* сохраняет след древнего значения слова. С XIII века рубль представлял собой кусок, отрубленный от серебряной гривны – денежной и весовой единицы Древней Руси, представлявшей собой слиток серебра в $\frac{1}{2}$ фунта (200г.). Она обычно рубилась на четыре части – «руба» или рубля. Длинный рубль, таким образом, первоначально мог означать большой, особо увесистый отрубок такого слитка. Сравните устаревшее выражение *ломать*

рубль – при несостоятельности (действительной или фиктивной) платить кредиторам лишь часть долга, вместо рубля половину или еще меньше и народные пословицы *земляной рубль тонок да долог, а торговый широк, да короткий* – *земледелец беден, но обеспечен, а торговец богат, да ненадежно*, отражающие ту же историческую реалию.

Нашли свое отражение *гривна* и *рубль* в пословицах: *выпили на гривну, а шуму на сто рублей, лучше на гривну убытку, чем на алтын стыда, у кузнеца что стукнул, то и гривна в кармане, шведу гривна, а закройщику рубль, что шаг, то гривна, домашняя гривна лучше заезжего рубля* и др.

Первоначально копейка называлась «новгородкой», в XIV веке новгородская монета по весу вдвое превышала московскую. На аверсе «московки» изображался всадник с саблей, а на аверсе «новгородки» – всадник с копьём. В это время слово копейка входит в речевой обиход. Многие ученые связывали слово копейка с словом копьё. Есть и другая версия: наименование копейка происходит от слова копить. Эта версия находит свое отражение в пословицах: *копейка рубль бережет, без копейки не бывает рублю, копейками рубль крепок, копейка к копейке – проживет семейка*.

Рубли в виде серебрянных монет начали чеканиться в России регулярно с 1704 г., во время правления Петра I, а в 1897 г. денежной единицей Росси стал золотой рубль, содержащий 0,774234 золота. В настоящее время также встречается много пословиц и поговорок со словом «деньги»: *деньги счет любят, не в деньгах счастье, денег куры не клюют, деньги к деньгам, всех денег не заработаешь, деньги, что вода, дорог хлеб, коли денег нет* и т.д.

Таким образом, деньги являются одной из базовых ценностей в современном обществе, а «система ценностей сегодня является одной важнейших составляющих в бизнесе, политике, международных отношениях». При этом не последнюю роль в формировании системы ценностей играют понятия, заложенные в лингвокультурологических концептах и реализуемые через пословицы и поговорки.

2.3. Художественные особенности пословиц и поговорок

Пословицы и поговорки играют особую роль в речевой коммуникации. Среди других разновидностей «меткого словечка» (афоризмов, фразеологизмов, присловий, присказок и т.д.) паремии выделяются особым совершенством художественной формы. Характерно, что художественные средства в пословицах используются не столько для украшения речи, сколько для воплощения содержания. Метафоры, олицетворения, сравнения и градация – это способы организации содержания пословиц и поговорок, используются они прежде всего для того, чтобы особенно ярко, образно и точно выразить обобщённое значение [Алефиренко Н.Ф., Семененко Н.Н., 2009: 250].

Одно из основных внешних достоинств паремии – лаконичность, ёмкость и структурно-композиционная завершенность. Прежде всего, это характеристика пословицы, которая может в краткой и совершенной форме выразить самые разнообразные мысли и чувства человека. Пословица не менее содержательна, чем развернутое фольклорное или художественное произведение, поскольку она кратко, но ёмко выражает основную мораль произведения.

Преимущества лаконичной формы пословицы для организации речевого акта очевидны – она лучше запоминается, поэтому характеризуется большей воспроизводимостью. Например: *в своей хатке, что у родной матки за пазушкой* и *своя хатка – родная matka*. Во второй пословице образная основа менее богатая, нежели в первой, но лаконизм высказывания вместе с рифмой делает ее более удобной для запоминания.

Очень важным является и ритмико-фонетическое совершенство формы. Рифма – важнейший залог воспроизводимости паремии, но не менее важен и ритм, оформляющий высказывание, возводящий его в ранг поэтического произведения. Идеальный для паремии вариант – наличие и рифмы и четкого ритма, задающих ей особый лад. Например: *копейка рубль бережет, а рубль*

голову стережет; рубль наживает, а два проживает; за свой грош, везде хорош; добр Мартын, коли есть алтын. Иногда ради рифмы и ритмического совершенства паремия «жертвует» порядком слов: *Насильно мил не будешь и Насилу не быть милу; От дурацкой головы и ногам тяжело и За дурацкой головою и ногам нема покою*; или использует присоединение одноотипных частей с эффектом градации: *тесть любит честь, а зять любит взять, а шурин глаз щурит* (в последней части используется прием паронимии – сопоставления созвучных слов).

Отдельного внимания заслуживают и разного рода словесные игры (аллитерация, паронимия, тавтология и т.д.), создающие заметный эффект «бездонности» значения слов-компонентов паремий. Например: *Милому мила – и без белил бела* (аллитерация звуков [м], [л], [и], [б], [е]); *Мот не мот, а денежка не вод* (тавтология); *Моя горница с улицей неспорница, на улице мороз, а у меня поморозница* (паронимия).

Среди художественных приемов, использующихся в паремиях, следует обратить особое внимание на такие наиболее распространенные тропы, как метафора, метонимия, сравнение, олицетворение, образный параллелизм, образы-символы, аллегории, гипербола, ирония, художественные эпитеты, эллипс, словесные повторы, словесная антитеза, инверсия.

Одним из самых часто встречающихся в тексте паремий тропов является олицетворяющая метафора, основанная на переносе значения по сходству жизненных явлений и способствующая отождествлению природных, животных и человеческих проявлений. В этом отождествлении делается попытка раскрыть представления человека об окружающем мире через «очеловечивание» его: *Всякая сосна своему бору шумит, Скрипучее дерево дольше живет, Овсяная каша сама себя хвалит.*

Олицетворяющая метафора позволяет полнее раскрыть человеческую сущность. Часто это происходит за счет наделения животных человеческими качествами и распространения на них действий и отношений, возникающих среди людей. Например: *Голодной курице все просо снится, Гусь свинье не*

товарищ, Два медведя в одной берлоге не живут, И комар лошадь повалит, коли медведь пособит. Применение в подобных пословицах «эзопова языка» позволяет не столько «очеловечить» животных, сколько раскрыть сущность человека, так тесно связанного со своей одушевленной и неодушевленной средой обитания. Используя образы животных в качестве иносказательного отражения человеческой сущности, олицетворяющая метафора в пословицах способствует созданию аллегории. *Деньги, что галье: все в стаю сбиваются; Дай грош, да пусти поросенка в рожь – будешь хорош.*

Помимо того, в паремиях олицетворяющая метафора выступает не только в качестве средства «очеловечивания» явлений природы и животных, но и для придания абстрактным явлениям качеств и свойств конкретных предметов. Например, в пословицах *Бабья вранья и на свинье не объедешь* и *Богатство гинет, а нищета живет* абстрактные существительные вранье, богатство и нищета при соотнесении их с аналогичными чертами и состояниями человека приобретают «предметность» и могут «очеловечиваться». То же самое наблюдается в пословицах: *Копейка рубль бережет; Копейка обоз гонит; И барину деньга господин; Копейка рубль бережет, а рубль голову стережет; Домашняя копейка рубли бережет; Нужда горбится и прямится; Беда не по лесу ходит, а по людям.*

Метафора добивается эффекта «опредмечивания» за счет выделения какой-либо семы слова с переносным значением. Например: *Ложь в правду рядилась, да о правду и разбилась* («неискренность», «фальшивость»); *Правда-матушка живет, ложь под тыном прячется* («недостойность»); *К коже ума не пришить, гвоздем его не прибить* («принадлежность»). Иногда «опредмечиванию» подвергаются понятия, не имеющие четко выраженного денотативного значения. Например: *Пожалуйста не кланяется, а спасибо спины не гнет.*

Определенная сложность возникает при разграничении в тексте пословицы метафоры и сравнения, нередко метафора переходит в сравнение и наоборот. *Где много воды, там больше будет; где много денег – больше будет.*

Но все же чаще сравнение используется в поговорках: *Надоел, как горькая редька; Липнет, как смола; Неотвязчив, как гвоздь в сапоге; Он у меня, как кость в горле; Брюзжит, как осенняя муха; Прямо, что дуга, цветист, что радуга.*

Анализируя роль метафоры в тексте пословиц, нельзя не учитывать, что метафора – это не только троп, но и сложное языковое явление, которое используется в выражении обобщенного значения паремии. Например, в пословице *Умом торговать, а без ума горевать* метафорический перенос значения у слова торговать позволяет выразить значение невосполнимой потери при отсутствии ума, а в пословицах *Умом обносился и ни с кем не спросился; Ум нажить, не огород городить* выражается значение «ум – большое достояние». Аналогичное явление возникает и в пословицах, использующих простое сравнение: *Ум, что гора, с него дале видать; Ума палата, да ключ от нее потерян; Рубль есть и ум ест; нет рубля – нет и ума; Рубль ум, а два рубля – два ума; Грехов много, да и денег вволю.*

В пословицах встречается также скрытое сравнение, выражаемое именами существительными, обозначающими человеческие свойства, качества и состояния, например: *Не в деньгах счастье, а в добром согласьи; Деньги, что камень: тяжело на душу ложатся; Лад и согласие – первое счастье.*

Встречается в контексте пословиц и метонимия, иносказательность которой основана на смежности явлений, чаще всего на замене целого частью, нередко метонимический перенос осуществляется с использованием имен существительных, обозначающих части тела, например: *В чужих руках ломоть велик; Дурная голова ногам покоя не дает; За его языком не поспеешь и босиком; На всякий роток не накинешь платок; Повинную голову и меч не сечет; Рука руку моет, и обе белы бывают.* Здесь мы имеем дело с количественной метонимией, когда часть целого не просто обозначает целое, но и подвергается «очеловечиванию».

Встречается в пословицах метонимия места, например: *Дом не велик, а лежать не велит; Дом дому не указ.* Метонимический перенос в контексте

пословицы может восприниматься как метафора. Например: *Что ни город, то норы, что ни деревня, то обычай.*

И все же перенос значения, возникающий в пословицах, не всегда можно однозначно назвать метафорическим или метонимическим. Прежде всего затрудняет определение метафор и метонимий в тексте пословиц тот факт, что денотат (предмет номинации), лежащий в основе переноса значения, может переосмысливаться не совсем определенно. Например, *Склеенная посуда два века живет.* В данной пословице слово посуда может в равной степени обозначать как ряд неодушевленных предметов, так и человека, причем не какого-либо конкретного, а вообще любого, лишь бы он соответствовал принципу «склеенности», т.е. был испытан жизнью (речь может идти о воссоединении семьи или возвращении к любимому делу после каких-то жизненных перипетий и неурядиц и т.д.). Кроме того, в тексте пословицы возникает эффект фразеологизации значения сочетания склеенная посуда.

Таким образом, роль метафоры, сравнения и метонимии в тексте паремии чрезвычайно велика. Цель метафоры – создание образного представления о каком-либо явлении. Метафора не только оформляет образную структуру пословицы, но и формирует ее обобщенное значение. Выступая как средство для образования новых значений, метафора в паремиях может обозначать даже те понятия, которые не имеют непосредственной семантической связи со словами-компонентами пословиц и поговорок. Как правило, это наблюдается в пословицах, выражающих привычный порядок вещей и логику событий: *Лягушке волон не быть* (понятие «судьба»), *Из рогожи не сделаешь кожи* (понятие «качество»); *Из стены тени не вырубшь* (понятие «нематериальность»); *Где вода, там и суда; Где медведь, там и шкура; Где огонь, там и дым* (понятия «причина» и «следствие»). Отражая представления человека о мироустройстве, подобные пословицы характеризуют сложность и противоречивость жизни через привычные и понятные в метафорическом прочтении образы.

Антитеза играет особую роль в оформлении текста паремий. По подсчету специалистов, около 16% пословиц построено на антитезах. Пословица стремится к использованию антитезы для максимально яркого выражения смысла. Часто синтаксическая антитетическая структура использует слова-антонимы, например: *У богатого сто рублей лежит, а у бедного остальной бежит; На деньгу суд, на безденежье неосудь; Ел бы богач деньги, кабы убогий его хлебом не кормил; Умный рассудит, а глупый осудит.* Тем не менее антитеза в пословице создается не только за счет антонимов – нередко используется параллелизм, который заключается в антонимическом сопоставлении не собственно антонимов, а просто разнородных понятий: *Или грудь в крестах, или голова в кустах.* В результате в контексте паремии возникает явление, близкое к явлению контекстуально обусловленной антонимии: *Или грудь в крестах, или голова в кустах.* Такое противопоставление может сопровождаться использованием приема паронимии: *Не будь в людях приметлив, а будь дома приветлив.*

Антитеза как выразительное средство тесно связана не только с образным, но и с ритмическим, и грамматическим параллелизмом. Ритмический параллелизм в паремиях базируется на совпадении количества речевых тактов в разных частях текста и усиливается рифмой, например: *Рваться не рвись, а крепче берись; Есть атлас, да не у нас.*

Грамматический (морфологический) параллелизм основывается на наличии сходных словоформ, замыкающих части паремии, при котором может возникать рифма: *Волк всякий год линяет, а нрав не переменяет; Ваша воля, а и мне есть доля; На небо пошаривает, а по земле пошаривает.* Другая разновидность грамматического параллелизма, используемая в паремиях – синтаксический параллелизм, который создается при использовании одинаковых синтаксических моделей в обеих частях текста. Например: *Щука умерла, а зубы остались; Игра игрою, а дело делом; Беда со двора, а другая на двор; По усам текло, а в рот не попало.*

Морфологическая и синтаксическая разновидности параллелизма могут использоваться в различных комбинациях с параллелизмом ритмическим и образным. Например: *Не то хлеб, что в поле, а то, что в амбаре* – в пословице используется образный параллелизм: поле и амбар, морфологический параллелизм: в поле – в амбаре и синтаксический, поскольку обе части пословицы построены по одной модели; кроме того, в паремии используется и ритмический параллелизм. Еще один пример: *На чужой каравай рта не разевай, а пораньше вставай, да свой затевай*. В пословице используется образный параллелизм – не разевай противопоставлено вставай и затевай, морфологический – за счет использования трёх слов в одной грамматической форме (не разевай, вставай, затевай), а также ритмический параллелизм.

Ритмический параллелизм часто усиливается за счет использования слов-омонимов и различных лексико-семантических вариантов одной лексемы: *Барин-то чист, да на руку не чист* (разные значения одного слова, кроме того, во второй части слово чист используется во фразеологически связанном значении) или *И зубы есть, да нечего есть* (используются слова-омонимы).

Следует отметить, что не всегда антитеза связана с параллелизмом. Например: *Хлопот полон рот, а перекусить нечего; Не печь кормит, а поле; Земля кормилица, а и та есть просит*. Кроме того, использование параллелизма не всегда сопровождается антитезой: *Земля не уродит – никто не наградит; Будет свинка, будет и щетинка*.

Таким образом, пословицы с собственно антитезой следует отличать от пословиц, синтаксическая модель которых, несмотря на использование союзных средств со значением противопоставления (а, но, да, да и), подчеркивает не различие, а сходство и закономерность в проявлении определенных свойств у тех или иных предметов и понятий. Например: *На пашне огрехи, а в кармане прорехи; Готовь зимой телегу, а летом сани; Лето работает на зиму, а зима на лето; В дождь коси, а в ведро гребь*.

Рассмотренные примеры использования антитезы в тексте паремий показывают, что данный прием прекрасно сочетается со многими другими

средствами языковой выразительности (параллелизмом, использованием антонимов, омонимов и многозначных слов), а также способствует усилению (гиперболизации) значения пословиц.

Гипербола – это одно из основных средств художественной выразительности, использующееся в пословицах и поговорках. Гиперболизация как художественный прием помогает максимально ярко преподнести будничное, типичное явление в паремиях. Например: *На чужой работе и солнце не движется.*

Следует отметить, что в паремиях гипербола используется не совсем обычно: она редко выражена на словообразовательном уровне, а само преувеличение чаще создается не за счет слов с экспрессивным значением, а с помощью яркого сопоставления или категоричного суждения. Поэтому гипербола в текстах пословиц и поговорок нередко соседствует с антитезой. Например: *К богатому за мукой, а к бедному за золой; Бедный вздохнет, богатый всхохочет.* Усиление значения может возникать при композиционном противопоставлении слов-антонимов или согипонимов: *Взлетел орлом, прилетел голубем; И богу молиться и с чертями водиться; Где гостит, тут и костит.*

Гиперболизация значения пословиц может заключаться и в особенностях общего категоричного тона высказывания. Происходит это потому, что паремии интересуют не частности, а закономерности и стереотипы. Например: *Молодость глупа, старость тупа; Борода выросла, а ума не вынесла; Ребенком хил, так взрослым гнил; Как сказано, так и сделано.* Но в большей степени преувеличение в паремиях реализуется с помощью приемов юмора и иронии.

Паремии – это яркое и выразительное языковое средство, выполняющее в речи множество функций, в том числе, и юмористическую. Понуждая к состязанию в остроумии, пословицы и поговорки не просто развлекают собеседника, но и создают особую «смеховую» реальность, где мы имеем дело не с привычным, обыденным миром, а с миром парадоксальным, в котором все

преувеличено и поставлено с ног на голову. В паремиях соседствуют самобичевание, юродство (принижение собственного достоинства) и осмеяние всего окружающего. Как писал Д.С. Лихачев, «...смех делит мир надвое, создает бесконечное множество двойников, создает смеховую "тень" действительности...» [Лихачев Д. С., 2001: 87].

Смех в паремиях направлен на самые важные и уязвимые стороны человеческой жизни и натуры. Главные компоненты смеха – это «дурость» и «глупость». Народный юмор в паремиях реализуется в различных формах комического – от иронии до сарказма. Так ироничное, «философское» отношение к собственным проблемам и недостаткам нередко присутствует в пословицах и поговорках. Например: *Не журишь, что у меня денег нет: придет время – и у тебя не будет.*

Самоирония, присутствующая в этих паремиях, разительно отличается от едкой иронии с долей «черного юмора», например в поговорке *Ни кола, ни двора, ни малого живота, ни веревки – удавиться, ни гвоздя – повеситься.*

Комическое в паремиях может принимать и форму откровенного высмеивания чужих недостатков. Например: *Кучерявый, без волос, тоненький, как бочка; Волос осталось на одну драку; Рожь, хоть портянки суши; О его лоб только поросят бить.* Среди подобных насмешек больше поговорок, нежели пословиц. Пословица призвана не только смешить, но и содержать оценку явления и давать определенную рекомендацию. Например: *Без глаз рожь не пригожа; Без ума голова пивной котел* (сравним с поговоркой *Голова с пивной котел*).

Наблюдаются среди паремий и образцы «черного» юмора. Например: *Плачет сын по отцу, что мало денег оставил; Хороший: жаль, бог смерти не дает; Мало болел, да скоро умер.* Тем не менее, тонкая насмешка (ирония) в паремиях встречается чаще, нежели сарказм. Причем, ирония может быть как вполне очевидной: *Этим ножом только старика на печь подсаживать*, так и завуалированной, основанной на положительной характеристике, данной в первой части, и насмешке, содержащейся во второй. Например: *Брось*

заниматься грязными делами, пойдем уборную чистить; Лошадь еще молодая: первая голова на плечах и шкура не перелицована; Бывают в жизни огорченья: хлеба нет – съешь печенье.

Заслуживает отдельного внимания и такая «национальная русская форма смеха», как балагурство, которое «разрушает значение слов и коверкает их внешнюю форму» [Лихачев Д.С., 2001: 356]. Например: *Купить-то б купила, да купило притупила*. Разрушение значения слов может происходить и без искажения его формы, за счет нелогичного сочетания личных местоимений. Например, в поговорках: *Выпьем за мой счет, за твои деньги; Сперва ты меня повезешь, а потом я на тебе поеду; Сперва ты меня в гости пригласишь, а потом я к тебе приду*.

Языковой механизм создания комического эффекта в паремиях – это совокупность семантических и стилистических особенностей, заложенных в структуре и содержании паремий. В самом общем смысле этот механизм сводится к алогизму (парадоксальности) семантики пословиц и поговорок. Причем, если экспрессивность как средство создания комического эффекта ярче проявляется в поговорках, то парадокс чаще встречается в пословицах, и является одним из средств формирования подтекста в высказывании.

Комический эффект в паремиях создается с помощью разновидностей парадокса, например, как результат сопоставления или включения в однородный ряд логически разнородных понятий: *У всякого свой вкус, своя манера, одна любит арбуз, другая кавалера*. Часто парадокс возникает как следствие фактических противоречий: *Кому я должен, всем прощаю* или *Одни заплатки, хозяина не видать*.

Противоречия в паремиях могут усиливаться за счет использования антонимических пар: *Памятью ослаб: если кто ему должен – помнит, кому он задолжал – забывает; Кафтан-то почти новый, да дырки старые*; за счет рифмы: *Молодой человек приятной наружности – семи верст в окружности*, или параномазии: *Просит покорно, наступивши на горло*.

Парадоксальное суждение в паремии может быть абсурдным, хотя и основанным на рациональных суждениях. Парадокс при этом создается за счет сочетания действий, которые противоречат устоявшимся, общепринятым нормам поведения. Например: *Осердясь на блоху, да шубу в печь; В дождь крышу не кроют, а в ведро и сама не течет.*

Создают юмористический эффект также следующие приемы:

- 1) несоответствие друг другу качеств персонажей, представленных в паремиях: *От него, как от свиньи, визгу много, а шерсти мало; Коня куют, а жаба лапу подставляет; Похожа свинья на быка, только шерсть не така;*
- 2) неожиданность развязки в событии, представленном пословицей, основанная на контрастности образов: *Метил в ворону, а попал в корову;*
- 3) смещение в последовательности действий, выраженное в словах одной тематической группы: *Купил подоюник, а корова еще на базаре; Уздечка в доме, а конь на воле;*
- 4) смещение в пространственном расположении взаимосвязанных предметов: *Все наготове: сани – в Казани, хомут – на базаре.*

Причина возникновения основанных на парадоксах паремий исключительно речевая. Паремия стремится занять центральное место в коммуникативном акте, вбирая в себя и обобщая смысл контекста высказывания. Пословицы и поговорки характеризуют описываемую жизненную ситуацию как бы со всех сторон и одновременно передают противоречивую сущность жизни. По-этому в некоторых паремиях, использующих прием парадокса, ироничный смысл, заключенный в первой части, может быть понятен лишь по прочтении второй части. Например: *Деньги девать некуда: кошелька купить не на что; Время, которое мы имеем, это деньги, которых мы не имеем; Только ума на деньги не купить, – у кого денег нет; Скажите нашим: на дедушке пашем, а бабушку бережем, ее завтра запряжем.*

Интересно, что при использовании парадокса для откровенного высмеивания чужих недостатков и «глупых» ситуаций подходит как

экспрессивная, так и нейтральная в этом смысле лексика: *Пей, пока пар из сапог не повалит; Курице и на поминках, и на свадьбе горе; Все породы иноходы, один дедушка рысак; Собаку съел, а хвостом подавился; Щи – хоть портянки полощи; Широко шагаешь – штаны порвешь.*

При использовании парадокса в паремиях общеизвестная истина может преподноситься как итог глубоких размышлений говорящего, при этом союзные средства используются в нетипичной для них функции: *Лучше быть богатому, но здоровому, чем бедному, но больному.* В парадоксальных поговорках нередко встречается градация, когда каждый последующий лексический компонент усиливает парадоксальное значение высказывания, например: *Дай напиться, а то я три дня не ел, и ночевать негде; Дай закурить твоего табачку, а то спички дома забыл на рояле, а рояль через форточку украл.*

В парадоксальных конструкциях также возможно использование слов-компонентов, значение которых передает взаимоисключающие ситуации: *А что у меня, детей что ли мало, иль мало кому должен* (рассуждение «от обратного»); *Погладили кирпичом по голове* (логическая несовместимость действия и предмета); *Господи, какие люди толстые, а я, бедна сирота, не пролезу в ворота* (элемент юродства и алогизм противопоставления).

В пословицах парадоксальность достигается и за счет обоснования поступка или состояния персонажа через денотаты, не соответствующие или прямо противопоставленные общему значению паремии: *Теперь к нему и на кривой кобыле не подъедешь; С печали шея сравнялась с плечами.*

Парадоксальное высказывание в паремии часто останавливает на себе внимание за счет неожиданного для слушателей сочетания фактов: *Живем без кручины: нет ни дров, ни лучины; Пока толстый похудеет, тонкий с голоду помрет; Не наше дело попов учить, на то есть черти.* Также вызывает юмористический эффект неожиданный совет с ироничным намеком в подтексте: *Подойди, спроси у соседей, что делается у тебя в доме.*

Вообще парадокс играет немалую роль в формировании подтекста паремии. Подтекст – это субъективная информация, которая не следует напрямую из смысла высказывания. Подтекст чрезвычайно важен для формирования юмористического эффекта пословицы, поскольку вся подтекстовая информация является эмоциональной, оценочной и экспрессивной.

Подтекст пословиц имеет ярко выраженную национально-культурную окраску. Чаще всего она отмечается у пословиц, содержащих оценку явлений житейского плана. Например: *Сделали дело – надели на свинью хомут; Сделали дело – обули корову в лапти; Загордилась свинья, что о барский двор почесалась.* Кроме того, подтекст паремий постоянно подчеркивает антропоморфную (подобную человеческой) сущность явлений и закономерностей: *Дальше мельницы не ездил, слаще свеклы не едал; Надень на свинью седло, все равно конем не станет; Корову надвое разрубил – зад доил, а перед во щах варил.*

Таким образом, пословицы вообще и пословицы, создающие юмористический эффект в особенности, способны к реализации креативной, творческой функции, видоизменяя действительность и преображая повседневность.

Пословица преподносит умозаключение как житейского, так и общефилософского плана в качестве аксиомы и нередко находит аргументы для прямо противоположных утверждений и весьма парадоксальных сочетаний: *Пьян, да глуп – так больше бьют, а пьян, да умен – два угодыя в нем.*

Итак, средства художественной выразительности, наряду с такими свойствами паремий, как лаконичность, ритмическая и звуковая четкость формы, юмор и общая парадоксальность высказывания, обеспечивают пословицам и поговоркам коммуникативную востребованность и играют важнейшую роль в создании текста паремии.

2.4. Этнокультурная семантика паремий русского языка с «денежным» компонентом

«Обобщенное значение пословицы» – термин, который используется лингвистами применительно к значению пословиц, чтобы объяснить различие между семантикой пословиц и поговорок. Подробное пояснение к понятию обобщенного значения приводит в своих работах З.К. Тарланов, который выделяет два главных признака обобщенного значения пословицы: 1) отсутствие в предложении конкретного лица, осуществляющего действие, при наличии самого действия и 2) отсутствие в пословице указания на конкретное время действия [Тарланов З.К., 1999]. Эти особенности являются следствием синтаксических свойств пословиц, которые строятся по определенным синтаксическим моделям с использованием лексики, не конкретизирующей время и лицо, а, наоборот, позволяющей строить высказывания «обо всех» и «всегда». Например: *Добр Мартын, коли есть алтын* – под Мартыном может подразумеваться любой человек, а произойти данное событие может в любое время. Благодаря таким особенностям семантики пословицы могут применяться к самым различным ситуациям во все времена. Поговорки, в отличие от пословиц, имеют не обобщенное, а конкретное значение: *Присмирел, как волк под рогатиной*.

При этом не следует путать понятия обобщенного и переносного значений. Переносное значение слов-компонентов паремии может участвовать в создании вполне конкретного значения, как в поговорке *Зуб на зуб не попадает*. Прямое же значение слова может участвовать в создании обобщенного значения пословицы: *Спорили мыши за лобное место, где будут кота хоронить*.

Обобщенное значение пословиц является следствием особенных семантических изменений, которые происходят со словами-компонентами в тексте паремий, и тесно связаны с понятием референции. Референт значения

слова – это компонент значения, который взаимодействует с денотатом и позволяет слову указывать непосредственно на объекты и явления в данном тексте. Соответственно, референция – это указание с помощью слова на конкретный предмет номинации.

В тексте пословиц практически отсутствуют слова с конкретной референцией: имена личные, прилагательные и личные местоимения, а также слова, указывающие на конкретный момент и точное время действия. Причем, даже если эти средства присутствуют в тексте они не выполняют своей конкретизирующей функции, не позволяя понять, о каком конкретно лице из множества подобных идет речь. Например: *Дорог хлеб, коли денег нет; Соломенный мир лучше железной драки; Сытой мышке и сало не вкусно; Дареному коню в зубы не смотрят; Дурную траву из поля вон; Обреченная скотина на дворе не животина; Старую собаку не батькой звать; У голодной куме хлеб на уме; Чужое добро впрок нейдет*. В перечисленных пословицах прилагательные вместе с определяемыми существительными обозначают типичное лицо или явление, качества которого не зависят от индивидуальности человека или предмета, или конкретного момента времени.

Часто в пословицах встречаются слова-компоненты, которые можно назвать оценочными словами, – они называют не конкретного человека, а типичное лицо с каким-либо ярко выраженным качеством: *У Фомушки денежки – Фомушка Фома, у Фомушки ни денежки – Фомка Фома; Молодец красив, да на душу крив; При деньгах Панфил всем людям мил, без денег Панфил всем постыл; Лентяя хлебом не корми, только с печи не гони; Доброму добрая и слава; Дураков не сеют, не орут, сами родятся; Дура спит, а счастье у нее в головах стоит; Горбатого могила исправит*.

Нередко в тексте пословиц лицо характеризуется не с помощью прилагательных, а с помощью глаголов, которым референция вообще мало свойственна: *Господь не выдаст, свинья не съест; Едешь на день, бери хлеба на неделю; К обедне ходят по звону, а к обеду по зову; Друг за друга держаться – ничего не бояться; На колокол глядя, звонить не научишься;*

*Соломиной не подопреешь хоромины; Слово **держать**, не по ветерью бежать; Не поклоняясь до земли и гриба не **подымеешь**; Надувшись на пиво, не **выпьешь**, а на людей глядя, не **вырастешь**; Кто скупно живет, тот деньги бережет; Легче **прожить** деньги, чем **нажить**.*

Таким образом, текст пословицы «населен» типичными персонажами с которыми происходят действия, не поддающиеся временной или пространственной конкретизации (где? когда?): *Мужик не пивовар, а пиво варит; денег не куёт, а займы дает; Богу пятак да в кабаке четвертак, Душа болит, чего-то просит; Душа согрешила, а ноги виноваты; Дьявол гордился, да с неба свалился; Дурак с дураком сходились, да оба никуда не годились; Дело не медведь, в лес не уйдет; Делом поспешишь, так людей насмешишь; Дело учит и кормит.*

В тексте пословицы мы имеем дело не непосредственно с событием, а с результатом его осмысления человеком, причем осмысление это происходит не в один час, а в течение длительного времени, при участии многих лиц, потому пословица и может называться голосом народной мудрости. Обобщения, заключенные в пословицы, часто носят характер выводов о жизни и житейских или моральных рекомендаций: *Хорошо беречь шубу на стужу, а деньги на нужу, Слову – вера, хлебу – мера, а деньгам счет, Дьяк у места, что кошка у теста; Девка красна до замужества; Делу время, а потехе час.*

Пословицы и поговорки – высказывания, чрезвычайно близкие к предметному миру, окружавшему крестьянина, потому они имеют свой относительно устойчивый набор денотатов, в который входят (1) физические и материальные сущности из ближайшего «хозяйственного» окружения, (2) абстрактные сущности, восприятие и оценка которых важны для культурной среды. Денотат – это абстрактная языковая единица, означающая абстрактное множество объектов действительности. Как компонент лексемы денотат противопоставлен, с одной стороны, сигнификату (понятию), а с другой стороны, референту – конкретному, реализованному в данном контексте и в определенной речевой ситуации денотативному значению лексемы.

Разграничение денотата как «объекта реального мира» и сигнификата как «специфической мыслительной сущности» дает возможность отделить денотативный аспект семантического анализа от сигнификативного аспекта. Действительно, текст пословицы имеет достаточно прозрачную внутреннюю форму, образуемую взаимодействием денотатов. Вместе с тем, текст пословицы нередко вербализует ряд понятий, не имеющих в ее структуре лексического воплощения, например: *Алтын серебра не ломит ребра* (бережливость – мотовство); *Кресты да перстни – те ж деньги* (богатство – убожество) и т.д. Соответственно, возникает вопрос о двух основных подходах к анализу семантики паремий – денотативном и сигнификативном.

Значимым для денотативного аспекта семантического анализа паремий является понятие денотативного пространства языка-мышления как системы денотатов (обобщенных образов и представлений реалий действительности), противопоставленное понятию сигнификативного пространства языка-мышления как системы понятий.

Используя понятие денотативного пространства применительно к паремиологическому фонду, мы можем говорить о некоем денотативном пространстве русских пословиц и поговорок, представленном прежде всего системой обобщенных образов реальной действительности, регулярно воспроизводимых в текстах паремий. Действительно, пословицы и поговорки способны к воссозданию круга наиболее важных для народной культуры понятий, соответственно, анализ денотативного пространства паремий позволяет рассмотреть основные «предметные» сущности, отраженные в национальной картине мира.

Собственно набор денотатов, отраженных в пословицах, достаточно ограничен, фольклорный мир, по определению А.Т. Хроленко, «стремится к устойчивости». Набор денотатов той или иной паремии обеспечивает более или менее отчетливую «картинку быта», которая выполняет в паремии роль своеобразного сюжета.

Денотативный анализ паремий предусматривает, в первую очередь, определение состава тематической группы, в пределах которой регулярно используются тематически организованные группы денотатов. Рассмотрим в качестве примера тематическую группу паремий, объединенную понятием «богатство» (на материале паремиологических сборников В.И. Даля и А.Н. Мартыновой, а также «Толкового словаря живого великорусского языка» В.И. Даля).

Ядерными (основными) для тематической группы «богатство» являются денотаты, выраженные именами существительными деньга, грош, алтын, золото, серебро и глаголом считать. Перечисленные лексемы наиболее полно выражают тему «богатство»: *Богатый-то с рублем, а бедный-то со лбом; У молодца не без золотица, у красной девушки не без серебреца; Шелк не рвется, булат не сечется, красное золото не ржавеет; За свой грош – везде хорош; Без гроша – слава нехороша. Без рубля – без ума; Добр Мартын, коли есть алтын; Веселее всего свои денежки считать; Свои денежки считать не прискучит; Хлебу мера, а деньгам – счет.*

Сигнификат словкомпонентов пословицы – понятийный компонент лексического значения – играет особую роль в выражении смысла паремий. Действительно, каждая пословица содержит в себе своего рода открытие обобщенного характера, которое можно применить к ряду аналогичных ситуаций, отражает некую закономерность житейского или нравственного плана. Эта закономерность базируется на определенных понятиях (сигнификатах). Например: *Без нужды живет, кто деньги бережет; Держи девку в темноте, а деньги в тесноте; Грош к грошу – оно и капитал; Копейка рубль бережет.* Эти пословицы, несмотря на разный лексический состав, выражают понятия «бережливость», поэтому могут считаться синонимами.

Анализ понятийной основы текста пословиц позволяет рассматривать их значение с учетом взаимодействия в тексте разных понятий. Например, в пословице *Деньги к деньгам льнут* выражаются смыслы, связанные с понятиями «деньги» и «судьба». Интересно, что второе понятие не выражено в

пословице лексически – оно реализуется всем высказыванием, которое говорит о жизненной закономерности: «везет тем, кому везет всегда».

Понятийная основа большинства пословиц – имеет сложную структуру и образуется как с помощью реализации сигнификативного компонента значения слов-компонентов, так и за счет смысла всего высказывания. Одни и те же понятия могут выражаться в различных паремиях в рамках самых разных смыслов. Например, понятия *богатство*, *бережливость* являются одним из важнейших для русского национального сознания и достаточно широко представлено в текстах пословиц и поговорок.

В словаре В.И. Даля слово богатство имеет следующие дефиниции: 1) множество, обилие, изобилие, избыток, излишество; 2) предметы, составляющие имущество человека, и самый быт, состояние зажиточного; противополож. бедность, недостаток, убожество, нищета, нужда, нужда. А слово бережливость (бережа): бережа, бережь, бережь, пск. берегота ж. береж м. (глагол. беречь) бережение и бережливость; охрана, сохранение; свойство и действие бережливого; осторожность; хозяйничанье и хозяйственность; умеренность, ограничение в потреблении, в расходах.

В словаре под редакцией А.П. Евгеньевой слово богатство имеет следующую дефиницию: обилие материальных ценностей, денег. А слово бережливость: 1) экономность, расчетливость; 2) устар. то же, что бережность (бережный, заботливость, осторожность).

В Толковом словаре Д.Н. Ушакова слово богатство имеет следующие дефиниции: 1) Большое имущество, преимущ. денежное. Совокупность материальных ценностей. Естественные богатства СССР неисчислимы; 2) перен. Множество, обилие. Язык Шекспира отличается богатством слов; 3) Великолепие, пышность. Богатство украшений на здании.

В этом же словаре дается следующее определение бережливости: 1) расчетливый, экономный. Бережливый хозяин; 2) бережливое отношение к государственному имуществу.

В словаре сочетаемости слов под редакцией П.Н. Денисова и В.В. Морковкина богатство определяется как: 1) большое количество материальных ценностей, денег; 2) естественные материальные ценности, природные ресурсы; 3) большое разнообразие чего-либо.

Тематическая группа паремий, выражающих понятие «бережливости», «богатства» через применение «денежных» компонентов, достаточно обширная:

1. Бережливость (экономия): *Алтын серебра не ломит ребра, Без копейки рубля нет, Береги денежку про черный день, Блюди хлеб про еду, а копейку про беду, Грош к грошу – оно и капитал, Домашняя копейка рубль бережет, Копейка рубль бережет, а рубль голову стережет, Кто не бережет копейки, тот сам не стоит рубля, Лишняя деньга не продерет кармана, Слову – вера, хлебу – мера, деньгам счет, Хорошо беречь шубу на стужу, а деньги на нужу, Без нужды живет, кто деньги бережет, Держи девку в темноте, а деньги в тесноте; Держи копеечку, чтоб не укатилась; В рубле копейки нет, так и не полон рубль; Рубль цел копейкой; Рубль голову стережет; Домашняя копейка лучше отхожего рубля; Копейка к копейке – проживет семейка; Кто не бережет копейки, сам рубля не стоит; Денежка рубля бережет, а рубль голову стережет,*

2. Богатство – достаток: *Лишние деньги, лишняя забота, Деньги – забота, мешок – тягота, Богатому черти деньги куют, Деньги копил, да нелегкого и купил, Не только добра, что много серебра, Не штука деньги, штука разум; Деньги – склока, а без них плохо; Много денег, много и хлопот; У богатого сто рублей лежит, а у бедного остальной бежит; Богатый-то с рублем, а бедный-то со лбом, Деньги да живот, так и баба живет, Мужик не пивовар, а пиво варит; денег не кует, а займы дает, Хлеб да живот – и без денег живет, Без денег проживу, без хлеба не проживу, Кресты да перстни – те же деньги, У молодца не без золотица, у красной девушки не без серебреца, Шелк не рвется, булат не сечется, красное золото не ржавеет; Деньгам нет заговенья, Деньга на деньгу набегает, Деньга деньгу наживает (родит, кует); Где вода была*

там и будет; куда деньга пошла, там и скопится; Где много воды, там больше будет, где много денег – больше будет; Деньги что галье: все в стаю сбиваются; У богача денег – что у зюзи грязи, Деньги четвериками пересыпают, У него денег и куры не клюют, Мужик богатый гребет деньги лопатой, Уговор дороже денег, Захочешь добра – посыпь серебра, На деньгах нет знаку, Родись, крестись, женись, умирай – за все денежки подай, Денег нет – перед прибылью, лишний грош – перед гибелью, У Фомушки денежки – Фомушка Фома, у Фомушки ни денежки – Фомка Фома, Добр Мартын, коли есть алтын, Копейка обоз гонит, Деньги – железо, а платье – тлен, Денежка не бог, а бережет, И барину деньга господин, Денег наживешь – без нужды проживешь, Наличные денежки – колдунчики, Деньга и камень долбит, Дай грош, да пусти поросенка в рожь – будешь хорош, Наг золота не копит, Дорог хлеб, коли денег нет, Что шаг, то гривна. Что ступишь, то рублем прост; Что ни ступишь, то копейка; переступишь – другая, а станешь семенить и рублем не покрыть; Кусхватишь – рубль платишь, досыта наешься – не разделаешься; Изведай человека на деньгах. Деньги искус любят; Что у старухи за деньги! Все копеечки; Все милее ста рублей? – Двести; На деньгах царская печать, Будь деньги за богачем, оставался бы хлеб за нами; Ел бы богач деньги, кабы убогий его хлебом не кормил; Богатый в деньгах, что мышь в крупах; Богатый-то с рублем, а бедный-то со лбом; Кресты да перстни – те ж деньги; Счастье бедному – алтын, богатому – миллион;

3. Группа паремий в которой «богатство» определяется через счет (считать): *Бог любит веру, а деньги счет; Деньги счет любят, Хлебу мера, а деньгам счет, Слову – вера, хлебу – мера, деньгам – счет; Деньги счетом крепки, Считанная сотня полна, Деньги не щепки, счетом крепки; Не ворохом деньги принимают. Счесть да после сгрести; Всего веселее свои денежки считать; Свои денежки считать не прискучит; Сосчитать – после не хлопотать.*

Кроме понятий *богатство*, *бережливость* для русского национального сознания большое значение имеют такие понятия как *скупость*, *мотовство*, *бедность*.

В словаре В.И. Даля слово *скупость* имеет следующие дефиниции: 1) скупой, о человеке, скряжливый, неуместно и неумеренно бережливый; противополож. тороватый, щедрый; о вещи или деле: мало доставляющий, малоодоходный, бедный; 2) свойство, качество по прилаг. В этом же словаре мотать: 1) расточать, безрассудно проживать имущество, разоряться, тратиться; 2) колебаться, качаться, болтаться; бродить, шататься, переколачиваться кой-где; суетиться, бегать хлопотливо туда и сюда. Слова бедный, убогий, неимущий, скудный, недостаточный, нужный, т. е. нуждающийся; о человеке, небогатый, у кого нет достатка, имущества, средств для жизни; о предмете, недостаточный: бедное дерево, у которого мало листвы или плодов; бедный урожай, мало приносящий; бедное воображение, скудное способностью вымышлять и изображать.

В словаре под редакцией А.П. Евгеньевой слово *скупость* означает свойство по значению приложения скупой (чрезмерно, до жадности бережливый, всячески избегающий расходов, трат (о человеке)). Слово же *мотовство* – неразумная, расточительная трата денег. Слово *бедность* означает скудость, недостаточность средств существования.

В Толковом словаре Д.Н. Ушакова слово *скупость* имеет следующие дефиниции: 1) чрезмерная бережливость, нелюбовь к тратам, издержкам, расходованию своего имущества, достояния; 2) отвлеч. сущ. к скупой во 2 и 3 знач. А слово *мотовство* – расточительный образ жизни, расточительность, поведение мота. Слово *бедность* имеет следующие дефиниции: 1) отвлеч. сущ. к бедный в 1, 2, 3 и 4 знач. (книжн.). Бедность воображения; 2) Нужда, недостаток. Жить в бедности.

Тематическая группа паремий, выражающих понятие «скупость», «мотовство», «бедность» через применение «денежных» компонентов, достаточно большая и выражена следующими пословицами:

1. Скупость: *Деньга лежит, а шкура дрожит; Он над копейкой дрожит; Он с каждой копейкой прощается; У него всякая копейка алтынным гвоздем прибита; У него алтынного за грош не уторгуешь; В гроб смотрит, а деньги копит; В могилу глядит, а над копейкой дрожит; Кто скупо живет, то деньгу бережет; У людей грош скачет, а у нас и рубль плачет; Скряге деньги, что собаке сено.*

2. Мотовство: *Мот не мот, а денежкам не вод, рубль наживает, а два проживает, Шапка в рубль, а щи без круп; Богу пятак да в кабаке четвертак; Лес по лесу, что рубль по рублю, не плачет; На дворе мороз, а в кармане денежки тают; Рубль наживает, а два проживает; Переводит рубли на пятаки; Туда – сюда рубль, там-сям два, за мутовку – полтора, и все; Легче прожить деньги, чем нажить.*

3. Бедность (убожество): *Без денег сон крепче, Денег нет, так подушка под головой не вертится; Денег нету, и делу нету; Без рубля, как без шапки; Алтын Мартыну – ни сапог подшить, ни скоба подковать; На грош не много утреши; Три деньги в день – куда хочешь, туда день; Меди рубль, да бумажек с пуд; Ста рублей нет, а рубль не деньги; Мне плен пять рублей, коли гроша нет; Свинья мне не брат, а пять рублей не деньги; Деньга покатна живет. Кругла да покатна – уйдет; Потерял Мартын отцов алтын; Гроша нет за душой; Ни ломаного гроша. Ни слепой полушки; У нашего Андрюшки ни полуполушки; Нужда и за заплаткой грош найдет; Деньга прах, да и мы прах; Деньги прах – ну их в тартарарах; У бедного и два гроша – куча хороша; Одна копейка и та ребром; Пить бы на полтину, да нет ни алтына.*

Также в текстах пословиц и поговорок нашло отражение нравственное отношение русского народа к деньгам. Так к пословицам, имеющим значение, что «за деньги можно все купить, не смотря на моральные устои», можно отнести: *Золото веско, а кверху тянет, Золото и на воде плавает, И правда тонет, коли золото всплывает, Когда деньги говорят, тогда правда молчит, Живется, у кого денежка ведется, Золото не говорит, да много творит, Как деньги при бедре, так помогут при беде, Денежка – молитва, что острая*

брита (все грехи скроет), Только ума на деньги не купить, – у кого денег нет, Рубль есть – и ум есть, нет рубля – нет и ума, Рубль – ум, а два рубля – два ума, Деньги лучше уговора, И слово не скажи, только грош покажи, За свой грош – везде хорош, Денежка дорожку прокладывает, После бога – деньги первые, Денежка не бог, а полбога есть, Грехов много, да и денег вволю; Денежка мана, задает тумана; Денег много – великий грех, денег мало – грешней того; На деньгу суд, на безденежье не осудь; Стоит крикнуть да денежкой брякнуть – все будет; Деньга пона купит и бога обманет;

Однако имеются пословицы, которые отражают противоположное отношение к деньгам («деньги решают не все проблемы», «они не главное в жизни»): *Через золото слезы льются, И то бывает, что и деньгам не рад, Деньгами души не выкупишь, Не хвались серебром, а хвались добром; Без хозяина – деньги черепки; Деньги пух – только дунь на них – и нет; Деньги что вода. Богатство – вода: пришла и ушла; Деньги не голова: наживное дело; Не деньги нас наживали, а мы деньги нажили; Деньги что камень: тяжело на душу ложатся.*

Как справедливо отмечают Н.А. Алефиренко, Н.Н. Семененко «...в целом ценностно-смысловая палитра паремийного семиоза является своеобразным камертоном этноязыкового сознания, а паремии выступают как средство осуществления интериоризации, превращения внешнего во внутреннее, то есть «вращивания» образов познаваемых (внешних) объектов внутрь нервно-мозговой системы. Эта интериоризация объектов внешнего мира в этнокультурно обусловленные когнитивные структуры (провербиальные концепты и фреймы), как нам видится, и приводит к формированию ценностно-смыслового пространства...» [Алефиренко Н.А., Семененко Н.Н., 2017: 50].

Сущность паремии как этнолингвокультурной единицы заключается в самобытном когнитивно-дискурсивном смыслообразовании, обуславливающим доминирование в паремическом высказывании этнокультурно маркированного смыслового содержания с дискурсивно обусловленной прагматической оценочностью. Таким образом, к числу особых когнитивно-прагматических

свойств паремий относятся: стереотипно-оценочный характер содержания (прагматический фактор), вторичность вербально-когнитивной объективации (когнитивный фактор), имплицитный характер смысловой реализации (дискурсивный фактор).

Все указанные параметры и позволяют предположить, что духовно-нравственные ценности, репрезентируемы паремиями, занимают особое место среди когнитивно-аксиологических доминант языковой картины мира, фокусируя в себе неисчерпаемую синергию языка, сознания и культуры.

Паремическая картина мира русского языка включает и паремии с «денежным» компонентом. Отражение сложной и многогранной системы представлений русского народа о закономерностях бытия и законах человеческого сообщества, о нравственных и жизненных ценностях, о привычках и характере человека – все это нашло отражение в паремиях с «денежным» компонентом. При этом следует отметить назидательный, «рекомендательный» характер подачи информации, который позволяет рассматривать паремии не только как кладезь житейской мудрости, но и как вполне функциональный на сегодняшний день свод установлений по обустройству общества и межличностных отношений. Рекомендации, заключенные в паремиях, прошли не один век «проверки на прочность» и, несмотря на все изменения, произошедшие за последнее столетия, являются универсальным источником познания народной морали и народного мышления.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В основе понимания сущности фразеологизации лежит учение о языке как целостной системе взаимосвязанных элементов, находящихся в непрерывной динамике, изменении и развитии. Можно констатировать факт вариативного подхода к вопросу классификации фразеологических единиц современного русского языка. С одной стороны, эта тенденция дает возможность свободного осмысления образных единиц, реализуя опцию выбора той или иной классификации сообразно представлениям о картине мира, что, несомненно, можно рассматривать как перспективу развития новых фразеологических теорий, с другой стороны, затрудняет унификацию восприятия явления фразеологии в целом.

Через язык отражаются среда проживания в древности, различные взаимоотношения в обществе (в том числе и экономические), мировоззрение, обновляются культурные ценности народа, созданные его руками. Возникновение этих древних культурных ценностей имеет свои пути и закономерности. Они вытекают из образа жизни русского народа. Немаловажную роль в традиционном экономическом укладе жизни народа играют денежные средства. Поэтому познанию традиционных этнокультурных особенностей русского народа, обобщению этнокультурной семантики языковых единиц способствует изучение фразеологизмов с «денежным» компонентом.

Так как фразеологизмы – это результат ассоциативного мышления человека, гениальное творение жизненного опыта народа, образные языковые единицы, готовые к употреблению, то они становятся выразительным средством изображения мыслей говорящего, а также самым эффективным средством поэтической экспрессии в передаче определенного образа. Такое изображение «денежных» фразеологизмов в сознании народа формируется в результате ассоциаций с необходимостью использования в повседневной жизни

денежных средств. При этом обозначения плохого и хорошего в жизни людей находят отражение в фразеологизмах с «денежным» компонентом. Таким образом, семантика «денежных» языковых обозначений, дошедших до нас с незапамятных времен, определяет особое место денег в жизни народа. Эти сведения дошли до сегодняшнего времени благодаря работе многих филологов, собравших и собирающих в настоящее время фразеологизмы, которые содержат этнолингвистическое богатство русского этноса.

Таким образом, деньги являются одной из базовых ценностей в современном обществе, а «система ценностей сегодня является одной важнейших составляющих в бизнесе, политике, международных отношениях». При этом не последнюю роль в формировании системы ценностей играют понятия, заложенные в лингвокультурологических концептах и реализуемые через пословицы и поговорки. Пословицы – это устойчиво воспроизводимые в речи афоризмы фольклорного происхождения имеющие как образную, так и «безобразную» структуру значения, характеризующиеся эквивалентностью суждению, относительной независимостью от внешнего контекста и наличием подтекста.

Поговорками считаются устойчивые выражения не эквивалентные суждению. Поговорки не обладают семантической независимостью от внешнего контекста, и их функционирование во многом обусловлено способностью украшать и разнообразить речь. Итак, средства художественной выразительности, наряду с такими свойствами паремий, как лаконичность, ритмическая и звуковая четкость формы, юмор и общая парадоксальность высказывания, обеспечивают пословицам и поговоркам коммуникативную востребованность и играют важнейшую роль в создании текста паремии.

Сущность паремии как этнолингвокультурной единицы заключается в самобытном когнитивно-дискурсивном смыслообразовании, обуславливающим доминирование в паремическом высказывании этнокультурно маркированного смыслового содержания с дискурсивно обусловленной прагматической оценочностью. Таким образом, к числу особых когнитивно-прагматических

свойств паремий относятся: стереотипно-оценочный характер содержания (прагматический фактор), вторичность вербально-когнитивной объективации (когнитивный фактор), имплицитный характер смысловой реализации (дискурсивный фактор).

Все указанные параметры и позволяют предположить, что духовно-нравственные ценности, репрезентируемы паремиями, занимают особое место среди когнитивно-аксиологических доминант языковой картины мира, фокусируя в себе неисчерпаемую синергию языка, сознания и культуры.

Паремическая картина мира русского языка включает и паремии с «денежным» компонентом. Отражение сложной и многогранной системы представлений русского народа о закономерностях бытия и законах человеческого сообщества, о нравственных и жизненных ценностях, о привычках и характере человека – все это нашло отражение в паремиях с «денежным» компонентом. При этом следует отметить назидательный, «рекомендательный» характер подачи информации, который позволяет рассматривать паремии не только как кладезь житейской мудрости, но и как вполне функциональный на сегодняшний день свод установлений по обустройству общества и межличностных отношений. Рекомендации, заключенные в паремиях, прошли не один век «проверки на прочность» и, несмотря на все изменения, произошедшие за последнее столетия, являются универсальным источником познания народной морали и народного мышления.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Айрапетян, В. Русские толкования / В. Айрапетян. – М.: Языки русской культуры, 2000. – 209 с.
2. Алефиренко, Н.Ф. Пословицы в фразеологическом поле: когнитивный, дискурсивный, сопоставительный аспекты: монография / Н.Ф. Алефиренко [и др.]; под ред. проф. Т.Н. Федуленковой; Владим. гос. ун-т им. А.Г. и Н.Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2017. – 231 с.
3. Алефиренко, Н.Ф. Спорные проблемы семантики / Н.Ф. Алефиренко. – Волгоград: Изд-во ВГУ, 1999. – 274 с.
4. Алефиренко, Н. Ф. Фразеология в системе современного русского языка / Н.Ф. Алефиренко. – Волгоград: Перемена, 1993. – 149 с.
5. Алефиренко, Н.Ф. Значение в парадигме языкового сознания / Н.Ф. Алефиренко //Язык и национальное сознание. Вып. 2. / Н.Ф. Алефиренко. – Воронеж: ЦЧКИ, 1999. – 218 с.
6. Алефиренко, Н.Ф. Поэтическая энергия слова: Синергетика языка, сознания и культуры / Н.Ф. Алефиренко. – М.: Изд-во Academia, 2002. – 394 с.
7. Алефиренко, Н.Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм: монография / Н.Ф. Алефиренко. – М.: Элипс, 2008. – 271с.
8. Алефиренко, Н.Ф. Язык, познание, культура: Когнитивносемиологическая синергетика слова / Н.Ф. Алефиренко; Федеральное агентство по образованию, Белгородский гос. Ун-т. – Волгоград: Перемена, 2006. – 227 с.
9. Алефиренко, Н.Ф., Семененко, Н.Н. Фразеология и паремиология: Учебное пособие / Н.Ф. Алефиренко, Н.Н. Семененко. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 344с.
10. Антонова, О.Б. Фразеологизмы с орнитонимом в качестве опорного слова: стилистический аспект / О.Б. Антонова //Лексика и лексикография: Сб. статей. – М.: Институт языкознания РАН, 2000. – С. 3-5.

11. Арсентьев, Е.Ф. Фразеология и экспрессивность / Е.Ф. Арсентьев // Филология и культура: Тезисы международной конференции. – Тамбов, 1997. – С. 7-11.
12. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1999. – 896 с.
13. Арутюнова, Н.Д. Аномалии и язык (о языковой картине мира) / Н.Д. Арутюнова // Вопросы языкознания. – 1987. – № 3. – С.3-19.
14. Архангельский, В.Л. Устойчивые фразы в современном русском языке. Основы теории устойчивых фраз и проблемы общей фразеологии / В.Л. Архангельский. – Ростов-наДону, 1964. – 194 с.
15. Бабкин, А.М. Русская фразеология, её развитие и источники / А.М. Бабкин. – Л.: Наука, 1970. – 262 с.
16. Бабушкин, А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А.П. Бабушкин. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1996. – 104 с.
17. Бабушкин, А.П. Этнолингвистический аспект в исторической лексикографии / А.П. Бабушкин // Вопросы языкознания. – 1997. – № 3. – С. 48-53.
18. Берестнев, Г.И. Самосознание личности в аспекте языка / Г.И. Берестнев // Вопросы языкознания. – 2001. – № 1. – С.60-84.
19. Бобров, Т.А., Бахвалов, Т.В. Характеристика интеллектуальных способностей человека лексическими и фразеологическими средствами языка / Т.А. Бобров, Т.В. Бахвалов // Русский язык в школе. М., 1995. № 1. – С. 107-111.
20. Болдырев, Н.Н. Концепт и значение слова / Н.Н. Болдырев // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. – С. 25-36.
21. Брагина, Н.Г. Фрагмент лингвокультурологического лексикона (базовые понятия) / Н.Г. Брагина // Фразеология в контексте культуры. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1999. – С. 131-138.

22. Булыгина, Т.В., Шмелев, А.Д. Языковая концептуализация мира / Т.В. Булыгина, А.Д. Шмелев. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 576 с.
23. Буянова, Л. Ю., Земскова, Н. А. Фразеологическая картина мира и культурный код нации: аспекты взаимокорреляции / Л. Ю. Буянова, Н.А. Земскова // Фразеологическая картина мира: В 2 ч-х. Ч. 1. – Тула, 2002. – С. 35-39.
24. Буянова, Л.Ю. Фразема как лингвокогнитивный элемент русской словообразовательно-концептуальной картины мира / Л.Ю. Буянова // Фразеология и когнитивистика: Мат-лы 1-й Международ. науч. конфер. (Белгород, 4-6 мая 2008 года): В 2-х т. – Белгород, 2008. – Т.1. Идиоматика и познание. – С. 76-79.
25. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М.: Изд-во «Русские словари», 1997. – 411 с.
26. Верещагин, Е.М., Костомаров, В.Г. Национально-культурная семантика русских фразеологизмов / Е.М. Верещагин, В.Г. Косомаров // Словарь и лингвострановедение. – М.: Русский язык, 1982. – С.89-98
27. Верещагин, Е.М., Косомаров, В.Г. Лингвострановедческая теория слова / Е.М. Верещагин, В.Г. Косомаров. – М.: Высшая школа, 1985. – 372 с.
28. Виноградов, В.В. Русский язык. Грамматическое учение о слове / В.В. Виноградов. – М., Л.: Учпедгиз, 1947. – 784 с.
29. Виноградов, В.В. Избранные труды: Лексикология и лексикография / В.В. Виноградов. – М., 1977. – С. 140-161.
30. Воркачев, С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становления антропоцентричной парадигмы в языкознании / С.Г. Воркачев // Филологические науки. – 2001. – № 1. – С. 18-32.
31. Гумбольдт, В. Язык и философия культуры / В. Гумбольдт. – М.: Прогресс, 1985. – 450 с.
32. Даль, В.И. Пословицы русского народа: Сборник. В 2-х т. / В.И. Даль. – М.: Худож. Лит., 1984. – 638 с.

33. Даль, В.И. Пословицы русского народа: Сб. В.И. Даля: В 3-х т. – Том 1 / В.И. Даль. – М.: Русская книга, 1998. – 638 с.
34. Денисенкова, Ю.С. Развитие концепта «деньги» в историческом аспекте / Ю.С. Денисенкова // Вестник МГИМО Университета. – 2013. – №5 (32). – С. 227- 231.
35. Денисенкова, Ю.С. Пословицы о деньгах в русской культуре / Ю.С. Денисенкова // Человеческий капитал. – 2015. – № 2 (74). – С. 35-37.
36. Добровольский, Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии (I) / Д.О. Добровольский // Вопросы языкознания. – 1997. – №6. – С. 37-48.
37. Добровольский, Д.О. Национально-культурная специфика во фразеологии (II) / Д.О. Добровольский // Вопросы языкознания. – 1998. – №6. – С. 37-48.
38. Зимин, В.И., Спирин, А.С. Пословицы и поговорки русского народа: Предисловие / В.И. Зимин, А.С. Спирин; предисл. А.Н. Тихонов. – М.: Сюита, 1996. – 544 с.
39. Карасик, В.И., Слышкин, Г.Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования / В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С.75-80.
40. Кирилина, А.В. Так ли андроцентричны русские пословицы и поговорки / А.В. Кирилина // Реальность, язык и сознание: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 1. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 1999. – С. 97-101.
41. Корнилов, О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О.А. Корнилов. – М.: МАЛП, 1999. – 341 с.
42. Красных, В.В. Национально-культурная составляющая русского языкового сознания (на материале кроссвордов) / В.В. Красных //Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей. – М.: МАКС-Пресс, 2000. – Вып. 15. – 124 с.

43. Кубрякова, Е.С. Роль словообразования в формировании языковой картины мира / Е.С. Кубрякова // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 141 - 172.

44. Кубрякова, Е.С. Языковое сознание и языковая картина мира / Е.С. Кубрякова // Филология и культура: Материалы международной конференции. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р.Державина, 1999. – С. 6-13.

45. Лихачев, Д.С. Культура как целостная среда / Д.С. Лихачев // Новый мир. – 1994. – № 8. – С. 3-8.

46. Лихачев, Д.С. Историческая поэтика русской литературы. Смех как мировоззрение и другие работы / Лихачев Д.С. – СПб.: Алтейя, 2001. – 566 с.

47. Лурье, С.В. Национализм, этничность, культура. Категории науки и истории / Лурье С.В. // ОНС Общественные науки и современностью. – 1999. – № 4. – С. 101-111.

48. Малишевская, Д.Ч. Пословицы как источник культурно-национальной интерпретации / Д.Ч. Малишевская // Семантика языковых единиц. – М., – 1996. – С. 147-148.

49. Маслова, В.А. Введение в лингвокультурологию / В.А. Маслова. – М.: Наследие, 1997. – 207 с.

50. Мелерович, А.М., Мокиенко, В.М. Формирование и функционирование фразеологизмов с культурно маркированной семантикой в системе русской речи / А.М. Мелерович, В.М. Мокиенко // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С.63-68.

51. Мокиенко, В.М. В глубь поговорки. Рассказы о происхождении крылатых слов и образных выражений / В.М. Мокиенко. – М.: Просвещение, 1975. – 176 с.

52. Мокиенко, В.М. Славянская фразеология. 2-е изд., испр. и доп./ В.М. Мокиенко. – М., 1989. – 298 с.

53. Мокиенко, В.М. Образы русской речи: историко-этимологические и этнолингвистические очерки фразеологии / В.М. Мокиенко. – Л., 1986. – 277с.

54. Молотков, А.И. Фразеологизмы русского языка и принципы их лексикографического описания / А. И. Молотков // Фразеологический словарь русского языка / под ред. А. И. Молоткова. – М., 1968. – С. 7-23.

55. Новикова, М.Л., Нгамсаенгпруек, У. Название денежных единиц в русском и тайском языках как отражение национальной культуры / М.Л. Новикова, У. Нгамсаенгпруек // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – 2012. – № 2. – С. 80- 83.

56. Ожегов, С.И. О структуре фразеологии / С.И. Ожегов // Лексикографический сборник. – Вып. 2. – М., 1957. – С. 29-46.

57. Ольшанский, И.Г. Лингвокультурология в конце 20 века: итоги, тенденции, перспективы / И.Г. Ольшанский //Лингвистические исследования в конце 20 века. Сб. обзоров. – М.: Серия «Теория и история языкознания», 2000. – С. 26-55.

58. Постовалова, В.И. Лингвокультурология в свете антропологической фразеологии / В.И. Постовалова //Фразеология в контексте культуры. – М., 1999. – С. 25-34.

59. Потапушкин, Н.А. Фразеологические единицы русского языка в лингвокультурологическом аспекте / Н.А. Потапушкин. – М.: Изд-во УМУ РУДН, 2000. – 123 с.

60. Прокопьева, С.М. Проблема фразеологической образности в исследовании универсально-типологического и национально-специфического в фразеологической системе языка / С. М. Прокопьева. – М.: Мир книги, 1995. – 164 с.

61. Рыжов, В.А., Рыжова, С.В. О происхождении и значении некоторых фразеологизмов / В.А. Рыжов, С.В. Рыжова // Русский язык. – М.: Первое сентября, 2004. – Вып. 34. <http://rus.1september.ru/article.php?ID=200403402>

62. Семененко, Н.Н. Русские паремии: функции, семантика, прагматика: Монография. / Н.Н. Семененко. – Старый Оскол, 2011. – 342 с.

63. Сепир, Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир. – М.: Изд-я группа «Прогресс Универс», 1993. – 656 с.
64. Серебренников, Б.А. Роль человеческого фактора в языке: Язык и мышление / Б.А. Серебренников. – М.: Наука, 1998. – 242 с.
65. Сидоркова, Г.Д. Прагматика паремий: пословицы и поговорки как речевые действия. Монография / Г. Д. Сидоркова; М-во образования Рос. Федерации. – Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 1999. – 249 с.
66. Солодуб, Ю.П. Национальная специфика и универсальные свойства фразеологии как объект лингвистического исследования / Ю.П. Солодуб // Филол. науки. – 1995. – №6. – С. 23-28.
67. Тарланов, З.К. Русские пословицы: синтаксис и поэтика / З.К. Тарланов. – Петрозаводск: ПГУ, 1999. – 448 с.
68. Телия, В.Н. О лингвокультурологических аспектах исследования семантики фраземных знаков / В.Н. Телия // Фразеология-2000. – Тула, 2000. – С. 90-93.
69. Телия, В.Н. О термине «фразема» / В.Н. Телия // Проблемы лингвистического анализа. – М., 1996. – С. 186 - 199.
70. Телия, В.Н. Первоочередные задачи и методологические проблемы исследования фразеологического состава языка в контексте культуры / В.Н. Телия // Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 13-24.
71. Телия, В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия. – М.: Школа Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
72. Телия, Н.В. Русская фразеология в контексте культуры / В.Н. Телия. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 336 с.
73. Хроленко, А.Т. Семантика фольклорного слова / А.Т. Хроленко. – Воронеж: Изд-во Воронеж, госуниверситет, 1992. – 137 с.
74. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. – 3-е изд., испр. и доп. – М., 1985. – 160 с.

75. Яковлева, Е.С. О некоторых моделях пространства в русской языковой картине мира / Е.С. Яковлева // Вопросы языкознания. – 1993. – №4. – С. 48-62.

СЛОВАРИ, СПРАВОЧНИКИ

76. Алефиренко, Н.Ф., Золотых, Л.Г. Фразеологический словарь: Культурнопознавательное пространство русской идиоматики / Н.Ф. Алефиренко, Л.Г. Золотых. – М.: ЭЛПИС, 2008. – 472 с.

77. Алефиренко, Н.Ф., Золотых, Л.Г. Фразеологический словарь: Культурнопознавательное пространство русской идиоматики / Н.Ф. Алефиренко, Л.Г. Золотых. – М.: ЭЛПИС, 2008. – 469 с.

78. Аристова, Т.С., Ковшова, М.Л., Рысева, Е.А., Телия, В.Н., Черкасова, И.Н. Словарь образных выражений русского языка / Т.С. Аристова, М.Л. Ковшова, Е.А. Рысева, В.Н. Телия, И.Н. Черкасова / Под ред. В.Н. Телия, – М.: Отечество, 1995. – 368 с.

79. Жуков, В.П. Словарь русских пословиц и поговорок / В.П. Жуков. – М.: Русский язык, 2000. – 544 с.

80. Жуков, В.П., Сидоренко, М.И., Шкляров, В.Т. Словарь фразеологических синонимов русского языка / В.П. Жуков, М.И. Сидоренко, В.Т. Шкляров. – М.: Русский язык, 1987. – 448 с.

81. Зимин, В.И., Спирин, А.С. Пословицы и поговорки русского народа: Большой объяснительный словарь / В.И. Зимин, А.С. Спирин. – М., 1996. – 544 с.

82. Королькова, А.В., Ломов, А.Г. Фразеологический словарь современного русского литературного языка / А.В. Королькова, А.Г. Ломов. – М., 2004. – 830 с.

83. Лингвистический энциклопедический словарь / Главный редактор В.Н. Ярцева. – М.: «Советская энциклопедия», 1990. Электр. воспроизв. изд.: <http://tapemark.narod.ru/les/index.html>.

84. Мокиенко, В.М., Никитина, Т.Г. Большой словарь русских поговорок / В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитина. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2007. – 785 с.

85. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М.: Мир и Образование, Оникс, 2011. – 736 с.

86. Федоров, А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка / А.И. Федоров. – М: Астрель: АСТ, 2008. – 828 с.

87. Фразеологический словарь русского языка / Под ред. А.И. Молотова. – М.: Советская энциклопедия, 1968. – 543 с.

88. Черных, П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: В 2-х т. / П.Я. Черных. – М.: Рус. яз., 1993. – 559с.

89. Яранцев, Р.И. Русская фразеология. Словарь-справочник / Р.И. Яранцев. – М.: Рус. яз. – Медиа, 2006. – 894 с.